



# La Biblioteca en la Web 2.0

Mari-Carmen Marcos



# LA BIBLIOTECA EN LA WEB 2.0

**Mari-Carmen Marcos**

Colaboradores:

Sergio Barra Varas  
Sandra Castillo Venegas  
Patricia Díaz Andrade  
Gustavo Dinamarca Gallegos  
Rodrigo Donoso Vegas  
Claudia Escobar Sepúlveda  
Karin González González  
Marcela Mendez Gallo  
Ximena Palacios Amo  
Andrea Quezada Silvarriaga  
Ángel Quilodrán Gellona  
Héctor Reyes Montaner  
Claudia Sepúlveda Iturrieta  
Cecilia Palma Meza  
Lorena Vergara Díaz  
Daniella Vidal López



Esta publicación se encuentra disponible bajo licencia Creative Commons  
Condiciones de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0/cl/>

Imagen utilizada para creación de portada y contraportada:  
licencia bajo CC attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.0 Germany (Ludwig Gatzke)  
<http://flickr.com/photos/stabilo-boss/>

Diseño y Diagramación **Equipo iPunto21** Diseñamos para la Gente.  
(56) (02) 227 31 65 [contacto@ipunto21.cl](mailto:contacto@ipunto21.cl) - [www.ipunto21.cl](http://www.ipunto21.cl)  
Diagonal Oriente # 5569, Ñuñoa.

Primera Edición 2009  
ISBN 978-956-14-1025-1



## Sumario

Prólogo	7
1. INTRODUCCIÓN	9
1.1. La comunicación bidireccional en la Web	9
1.2. Un ejemplo 2.0 en el tiempo	11
1.3. Los actores de la Web	13
1.4. La biblioteca 2.0	16
2. HERRAMIENTAS DE TRABAJO COLABORATIVO	19
2.1. Ofimática online	19
2.2. Grupos online	22
2.3. Wikis	23
2.4. Calendarios compartidos	28
3. EL MULTIMEDIA COMPARTIDO	31
3.1. Imágenes y videos	32
3.2. Presentaciones	40
4. LA NAVEGACIÓN SOCIAL	43
4.1. Marcadores sociales	43
4.2. Comentarios	49
4.3. Votos	50
4.4. Recomendación social	52
5. TAGS Y FOLKSONOMÍAS	55
5.1. Ventajas y desventajas del uso de tags	55
5.2. Las nubes de tags	58
6. LA BLOGOSFERA	61
6.1. Editores de blogs	62
6.2. Buscadores de blogs	64
6.3. Sindicación de contenidos	65
6.4. Podcasts	67
6.5. El microblogging	67
7. COMUNIDADES	71
7.1. Las redes sociales	71
7.2. Comunidades de preguntas y respuestas	78
7.3. Comunidades especializadas	79
8. MUNDOS VIRTUALES	81
9. ESCRITORIO DE TRABAJO ONLINE	82
10. EL CATÁLOGO EN LA BIBLIOTECA 2.0	85
10.1. Los usuarios 2.0	85
10.2. Implementación de las aplicaciones 2.0 en el catálogo	86
BIBLIOGRAFÍA	93
ÍNDICE DE APLICACIONES Y SERVICIOS WEB	95

**Dra. Mari-Carmen Marcos**

<http://www.mcmarcos.com/>

Es profesora de Documentación en la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona y consultora de la Universitat Oberta de Catalunya. Coordina y da clases en el Máster Online en Documentación Digital y en el Máster en Buscadores, además de participar en otros cursos de postgrado. Ha publicado varias decenas de artículos y varios capítulos de libros, en particular el libro Interacción en interfaces de recuperación de información (2004) marca la línea de su investigación sobre interfaces y usabilidad en sistemas de información, temas sobre los que ha publicado varios artículos y desarrolla en los grupos de investigación DigiDoc y Web Research Group de la UPF. Es editora científica de la revista Faz, especializada en diseño de interacción. Desde 2007 colabora con el grupo del Interaction Design Laboratory de la Universidad de North Carolina, donde disfrutó de una beca Fulbright. Realiza consultoría para empresas e instituciones públicas en proyectos de mejora de la experiencia de usuario y de optimización de sitios web en buscadores.

# Prólogo

## La biblioteca en la Web 2.0

*“La máquina de leer, instalada en la larga duración de la historia, sigue funcionando cuando otros instrumentos hoy sólo pueden ser vistos como curiosidades en los museos de la técnica. La máquina de leer: una hipermáquina, una nave espacial, una cápsula de tiempo, un espejo, un Aleph”.*

Beatriz Sarlo

El libro que ahora presentamos a la comunidad de lectores —o mejor dicho, ciberlectores— resume en buena medida no sólo lo que podríamos entender como un clima de época, sino que —y fundamentalmente— una serie de prácticas asociadas al uso y disposición de tecnologías y dispositivos que suponen un cambio radical en la manera de informarnos. Dicho cambio, que presupone no sólo el ingreso de soportes o canales de comunicación, estaría señalando la emergencia de un cambio cultural significativo. Este cambio puede ser explicado desde dos puntos de vista: por un lado, los eventos y circunstancias que han contribuido a definir un nuevo estatuto del saber (cuestión que ya en los años setenta sostenía Lyotard), y por otro, el desarrollo de prácticas, hábitos y destrezas que conducen a pensar que estamos, desde un tiempo a esta parte, en un ámbito distinto de generación de relaciones.

La biblioteca en la Web 2.0 proporciona una guía y una descripción pormenorizada acerca de las posibilidades que tienen los lectores e internautas para desarrollar distintas actividades, aunque fundamentalmente pone un énfasis mayor en la idea de potenciar el concepto de biblioteca 2.0. Un detalle no menor es la relación implícita que este libro realiza con las condiciones históricas y culturales de establecer relaciones, de comunicarse y ejercitar nuevas formas de ciudadanía, que hoy en día definen la vida sobremoderna. Desde los distintos ámbitos disciplinares, hace ya un par de décadas que se habla de la emergencia de subjetividades que revelan otras formas de establecer vínculos, de comunicarse y generar redes de contacto, cuestión que ha redundado, entre otros aspectos, en una modificación de los mapas sociales, de la idea de movilidad; en suma, del tan manido y a veces equívoco concepto de territorialización, que en nuestra escena, la latinoamericana, viene sustentando un debate desde inicios de los noventa.

Tres aspectos relevantes en el desarrollo de este libro son la democratización en la organización del saber, el que se abre a una generación colaborativa de contenidos; la generación de espacios participativos, y la resemantización de la idea de comunidad/es. Tal vez este último aspecto sea el más radical de todos, pues es en las formas de establecer redes sociales y generar nuevos canales de participación en donde el estado de crecimiento de nuestras sociedades se ha manifestado de manera más sostenida. Pero también destaca como un hecho muy significativo la importancia que ha cobrado la revelación de las subjetividades desde el espacio privado al espacio público, democratizando los espacios de representación. Es común hoy en día ver que las estructuras tradicionales de representación han sido reemplazadas por estructuras menos hegemónicas, más participativas y efectivas en sus logros. De este modo, el giro copernicano que está viviendo nuestra modernidad exige una modificación substancial no sólo de las técnicas, dispositivos y lenguajes, sino que esencialmente de las formas con las que accedemos a la información y construimos

comunidad. Ese es, podríamos decir, el sentido capital de la emergencia de toda esta serie de discursos y prácticas que desde los años noventa viene verificando nuestra cultura.

En los últimos años, la Web ha comenzado a incorporar servicios en los que los ciudadanos son parte activa, algo que se ha denominado Web 2.0. En esta web, los usuarios crean contenidos, comparten información, opinan y votan; en definitiva, son protagonistas de los contenidos online.

Las Bibliotecas se han sumado al carro del 2.0 siguiendo su línea de estar en primera fila en cuanto a las tecnologías. Hay que recordar que en los primeros momentos de Internet, incluso antes de la popularización de la World Wide Web, estuvieron entre las primeras instituciones que tuvieron presencia online. Desde entonces no se ha cesado de trabajar para mejorar el servicio online. Las bibliotecas están atentas a los avances en tecnologías. Las bibliotecas siguen el ritmo de la sociedad.

En este entorno 2.0 que presentamos, una biblioteca que se caracterizará por permitir que la comunicación fluya del usuario hacia otros usuarios recomendando libros y recursos, describiéndolos y compartiendo información.

Las Bibliotecas DuocUC no están ajenas a esta realidad y por ende, siempre están innovando para mejorar sus servicios, y así lograr satisfacer los requerimientos de información de toda la comunidad académica, manteniendo espacios físicos y virtuales que permitan el aprendizaje en óptimas condiciones, para ello están en permanente actualización, tanto de sus colecciones como de su infraestructura y tecnología.

Es en este contexto que el Sistema de Bibliotecas llevo a cabo un Seminario de Capacitación, abarcando tres temáticas que se complementan perfectamente en pos de brindar un servicio bibliotecológico de calidad a sus usuarios de las Bibliotecas DuocUC; incorporación de la WEB 2.0 a las bibliotecas; la calidad de servicio y gestión en bibliotecas 2.0.

Este e-libro nace como resultado del primer tema, donde una cultura 2.0 no sólo estaría representada por esa especie de hipermáquina que soñó Beatriz Sarlo hace una década atrás, o bien por la puesta en escena de un nuevo tecnolecto informático (wikis, tags, folksonomías, microbloggers), sino que, y en mayor medida, por un tipo de sujeto que es capaz de traducir las claves y lenguajes que revela la interfaz, o ese inefable Aleph del que nos hablaba Borges.

Hector Reyes M.  
Santiago, Abril del 2009



# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. La comunicación bidireccional en la Web

La creación de comunidades es algo inherente al hombre desde los tiempos más antiguos; de hecho, una de las claves del desarrollo de la sociedad ha sido poder compartir el conocimiento. Esto es aplicable a todas las escalas: desde la comunicación interpersonal que se produce entre los miembros de una familia, dentro de un grupo de amigos, entre los compañeros de trabajo o los integrantes de una asociación, hasta la comunicación de masas, donde unos pocos tienen la capacidad de hacer llegar la información a muchas personas gracias al medio, como ha ocurrido con la prensa, la radio, la televisión e Internet.

Los tres primeros, englobados bajo la denominación de «medios de comunicación», nacieron y continúan siendo concebidos básicamente para comunicación de masas, en cambio en Internet la comunicación de uno a muchos no es algo intrínseco: el correo electrónico es de individuo a individuo, lo mismo que el chat y las páginas Web pueden incluir foros, si bien la mayoría de las páginas sí se han concebido para que uno (su autor) ofrezca información a muchos (los usuarios).

Pensando en similitudes entre los cuatro observamos que hay algo que Internet ha podido explorar mejor: la posibilidad de que los usuarios (llámense lectores, oyentes o telespectadores en los medios tradicionales) tengan la oportunidad de comunicar. En la prensa existe la sección de «cartas al director», en la radio algunos programas reciben llamadas en directo de los oyentes, y en la televisión además de las llamadas hay personas que son protagonistas, como ocurre en los *reality shows*, pero Internet, y concretamente la Web, ha llevado al máximo esta participación hasta llegar a merecer un nombre: la Web 2.0, una denominación que trata de marcar un límite entre la Web «tradicional» (de uno a muchos) y la Web con servicios basados en la participación. Así lo pensaron Dale Dougherty y otros colegas, y así lo cuenta Tim O'Reilly en su famoso artículo "Qué es web 2.0":

*The concept of "Web 2.0" began with a conference brainstorming session between O'Reilly and MediaLive International. Dale Dougherty, web pioneer and O'Reilly VP, noted that far from having "crashed", the web was more important than ever, with exciting new applications and sites popping up with surprising regularity. What's more, the companies that had survived the collapse seemed to have some things in common. Could it be that the dot-com collapse marked some kind of turning point for the web, such that a call to action such as "Web 2.0" might make sense? We agreed that it did, and so the Web 2.0 Conference was born.*

*(<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>)*

La Web 2.0 no es algo que nace de pronto, sino que es fruto de una evolución natural. En los primeros tiempos de Internet, antes de que existiera la World Wide Web, los usuarios contaban con espacios de participación como las Usenet y las BBS (Bulletin Board System), origen de los foros de discusión.

Estos ejemplos recogidos en la mencionada reunión son muy clarificadores para reconocer cuándo un sitio Web es 2.0:

<b>Web 1.0</b>		<b>Web 2.0</b>
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
evite	-->	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

Fuente: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

El avance de las tecnologías, la maduración de estos servicios y los esfuerzos por dotarlos de mayor facilidad de uso hicieron que el número de usuarios aumentara en poco tiempo. La aparición de la Web en el año 1994 fue el hito definitivo para que este medio se erigiera en poco tiempo de uso mayoritario saliendo así de los grupos de técnicos. Como decíamos, la facilidad de uso tuvo mucho que ver y hoy en día sigue siendo un elemento clave de la democratización de la Web, y en general de cualquier tecnología. Para llegar a este punto ha sido necesaria una evolución de la Web, tanto en la parte tecnológica (conexiones más rápidas y económicas, equipos más baratos y potentes), creando formas de uso mucho más fáciles de las que había (navegación, manipulación directa y formularios en lugar de lenguaje de comandos), como una madurez por parte de los usuarios, que ahora están más preparados para manejar con soltura estas herramientas, en especial las nuevas generaciones.

En resumen, en los países desarrollados la Web ha pasado de ser usada por una minoría a ser una herramienta básica de trabajo y ocio para muchos. Esta evolución no sólo ha sido cuantitativa en cuanto al número de páginas Web y de usuarios, sino que ha traído cambios cualitativos: hoy en día los usuarios pueden ser fácilmente actores participativos que aportan comentarios, descripciones y contenidos originales.

Finalizamos este apartado con el mapa de aplicaciones 2.0 que surgió del brainstorming en la misma reunión ya citada:

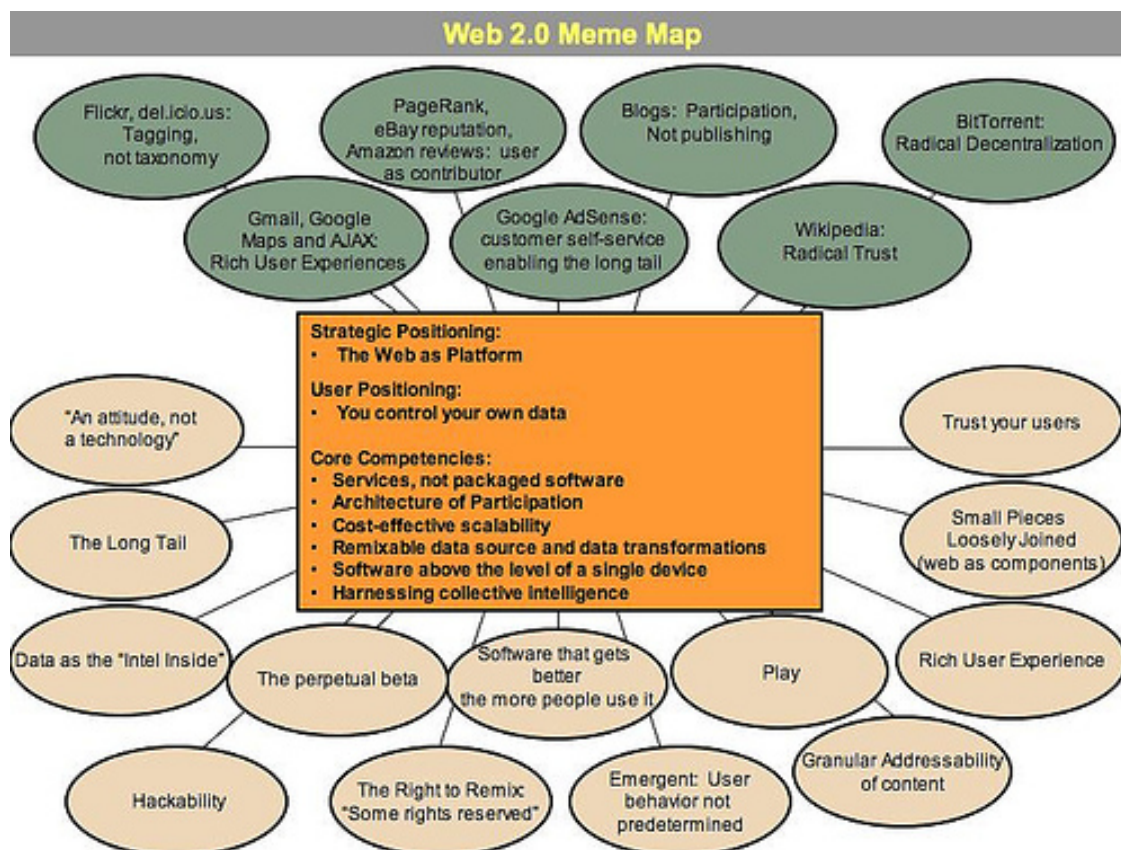


Figura 1, Mapa de la Web 2.0.

Fuente: <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>

## 1.2. Un ejemplo 2.0 en el tiempo

Sin duda uno de los negocios más fuertes en Internet se mueve en torno a los viajes: venta de billetes de avión, reserva de hoteles, guías turísticas, mapas de carreteras, foros con experiencias contadas por viajeros, lugares donde ver fotografías de los viajes que otros han hecho, y un sinnúmero de aplicaciones para los fanáticos de los viajes.

Estamos tan inmersos en el entorno online que olvidarnos cómo resolvíamos nuestro día a día sin tecnologías, o en los primeros años de existencia de la Web. ¿Se imaginan que un mundo sin computador?

Intentemos hacer memoria y recordar cómo organizábamos un viaje en distintos momentos de la línea de tiempo de Internet.

### Antes de que hubiera Internet en hogares y oficinas (...-1994)

Salvo los investigadores y profesionales de las redes, el resto de la población hemos vivido muchos años sin Internet. Y sin celular, y sin televisión, y sin cine, y sin electricidad. Antes del año 1994, cuando todavía Internet no llegaba a nuestras casas y oficinas, hacíamos uso de otras herramientas para informarnos. En el caso concreto de los viajes, básicamente podíamos recurrir a tres fuentes: algunos amigos que hubieran visitado el lugar, las agencias de viajes y los libros de viajes (guías turísticas, atlas...). Vivíamos en un mundo puramente off-line.

### **En los primeros años de Internet en hogares y oficinas (1994-1999)**

La llegada de Internet sorprendió en un momento en que muchas personas no habían usado nunca un computador; fue precisamente la existencia de este mundo online lo que les llevó a acercarse a los computadores. Otros, que ya trabajaban habitualmente con estas máquinas y que estaban familiarizados con los cd-rom y las bases de datos, recibieron la nueva tecnología con gran aceptación. En aquel momento sólo algunos tenían la habilidad de publicar contenidos, mientras el resto se limitaba a leer lo publicado. La participación quedaba limitada a listas de discusión a través del correo electrónico, entre ellas algunas sobre viajes, además de contar con páginas de los departamentos de turismo de muchos países y otras con información de hoteles y compra de pasajes. El online complementaba en ciertos aspectos al offline.

### **En el apogeo de Internet (2000-2004)**

El número de internautas creció (y continúa creciendo) a un ritmo muy rápido, en cambio la participación de los ciudadanos en ese momento (2000-2004) continuaba siendo básicamente pasiva, aunque a las listas de discusión se añadieron multitud de foros, sistemas de votación de productos, encuestas y otros mecanismos de participación. Sin que supusiera una gran diferencia con el periodo anterior, buscar información contrastada sobre viajes comenzaba a ser más común, la información era más completa, la mayoría de hoteles y aerolíneas contaban con comercio electrónico y usar Internet con estos fines era ya habitual para la mayoría de los internautas. El online suponía un valor añadido a las actividades offline, y en muchas ocasiones su servicio no estaba disponible fuera del online.

### **En la Web Social (2005-...)**

En la Web actual, las opciones para buscar información para preparar un viaje son muy numerosas, tanto en la Web "tradicional" en la que uno publica y los demás leen, como en la Web social o 2.0, en la que **todos podemos participar** activamente. Supongamos que queremos visitar Japón. Con una búsqueda en Google o Yahoo! (Web "tradicional") llegamos a millones de documentos, entre ellos a foros de viajes donde leer comentarios de otros viajeros y preguntarles nuestras inquietudes. A nuestro regreso podremos contar nuestras experiencias y compartir con otros usuarios de Internet curiosidades y datos de interés. Aparte de los foros, podemos informarnos en un wiki como Wikipedia, leer lo que otros han escrito y añadir información que no esté; podemos buscar libros en Amazon y leer las opiniones de otros lectores antes de decidarnos por la compra; entrar en comunidades de preguntas y respuestas como Yahoo! Respuestas; leer noticias relativas a ese país, compartirlas en Digg y votar las que otros usuarios han compartido; podemos ver fotos que otros usuarios han hecho en los puntos de interés y las comparten en Flickr o Panoramio, y lo mismo con los videos que han subido a YouTube. Podemos ir guardando en Delicious direcciones de sitios Web sobre viajes a Japón y ver los sitios Web que otros usuarios han guardado sobre lo mismo. Antes de irnos de viaje quizá queramos crear un blog en el que ir publicando a modo de bitácora nuestro día a día en Japón, y si queremos más inmediatez podemos usar el microblogging con Twitter para enviar pequeños comentarios. Por supuesto, nuestros contactos en las redes sociales como Facebook podrán estar al tanto de nuestras andanzas si compartimos con ellos desde Japón nuestras impresiones de lo que visitamos.

Y podríamos seguir y seguir creando documentos y compartiéndolos con otros usuarios de Internet, siendo parte activa de la Web al **crear, compartir, preguntar, responder, opinar y publicar**. Ningún otro medio antes nos había permitido **participar y difundir** nuestro conocimiento como lo hace ahora la Web.



### 1.3. Los actores de la Web

La imagen publicada por Frédéric Cozic en su blog Aysoon resume muy bien el cambio de modelo que estamos desarrollando (<http://blog.aysoon.com/le-Web20-illustre-en-une-seule-image>). De la Web 1.0 a la Web 2.0



Figura 2.

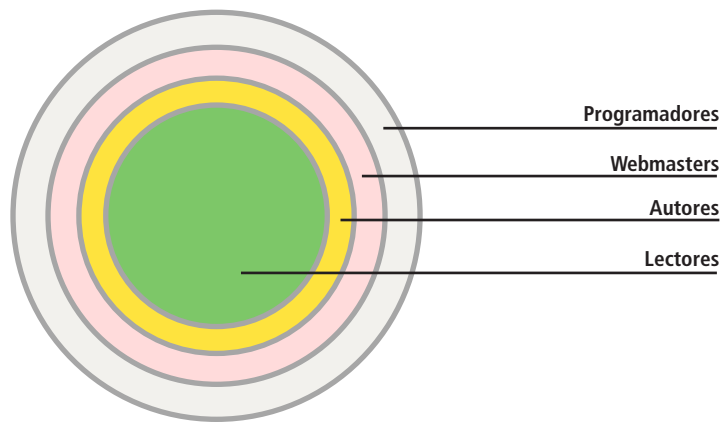
La imagen simplifica la figura del Webmaster considerando tan sólo a los creadores de un sitio Web, que se ocupaban también de mantenerlo. Esta definición funcionaba bien en la Web 1.0, en cambio en la Web 2.0 esta figura se desdobra y la persona que gestiona el sitio Web no tiene por qué tener la capacidad de crearlo.

Una clasificación muy básica de los actores que intervienen en la comunicación Web incluye cuatro agentes:

- Los programadores: creadores del software que hace posible todo esto;
- Los Webmaster: responsables de la creación de sitios Web y su estructura;
- Los autores, que aportan los contenidos;
- Los lectores.

Estamos de acuerdo en que las categorías no son excluyentes si la lectura la hacemos desde los programadores hacia los lectores. Un programador a menudo tiene los conocimientos para efectuar tareas de Webmaster, un Webmaster puede a su vez generar los contenidos de su sitio Web y ser al mismo tiempo autor, y obviamente todos ellos son lectores. Un gráfico visto desde esta perspectiva tendría una forma de conjuntos concéntricos.

Visión de los actores de la Web desde la perspectiva de los programadores



**WEB**  
Figura 3

En cambio el gráfico se hace más interesante si comenzamos la lectura en sentido inverso. En la Web 1.0 un lector común habitualmente no era autor de contenidos; los autores no solían ejercer funciones de Webmaster (otra persona en su institución lo hacía por ellos); y los Webmaster no siempre tenían la capacidad de programar software.

La evolución de la tecnología de la Web, su tendencia a la facilidad de uso y el empeño de los usuarios por ser parte activa de este medio ha hecho que la distancia entre los actores se acorte: en la Web 2.0 cualquier lector que tenga interés puede ser autor, muchos autores gestionan sus sitios Web realizando tareas básicas (o no tan básicas) de Webmaster, y muchos de estos Webmaster son capaces de realizar tareas de programación, o al menos de modificación del código, que antes sólo los programadores podían hacer. El siguiente gráfico muestra la relación entre actores en la Web 1.0 y en la Web 2.0.

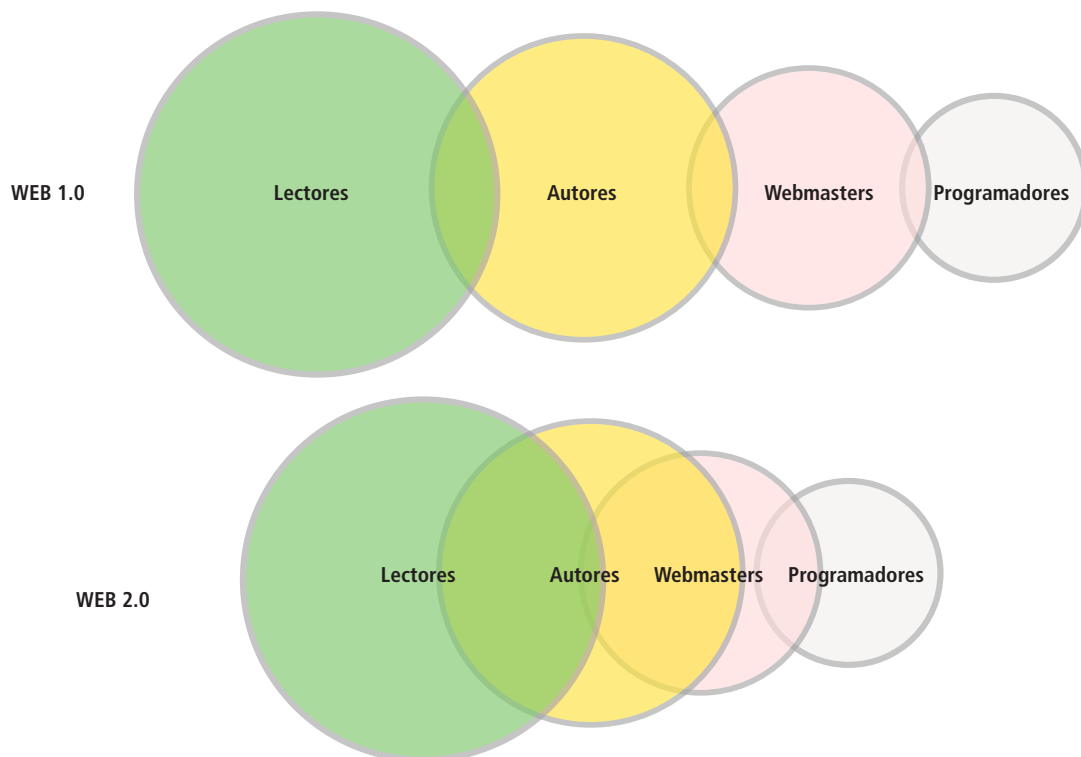


Figura 4, Actores de la Web 2.0

La gran influencia que hacemos todos los que participamos en la Web 2.0 llevó a la revista Times a declararnos "persona del año", como lleva haciendo desde 1927 con tantas personalidades bien conocidas. Por primera vez no se trata de una persona en particular o un grupo, sino de cualquiera de nosotros, concretamente "tu" ("you"):

"It's a story about community and collaboration on a scale never seen before. It's about the cosmic compendium of knowledge Wikipedia and the million-channel people's network YouTube and the online metropolis MySpace. It's about the many wresting power from the few and helping one another for nothing and how that will not only change the world, but also change the way the world changes. [...] This is an opportunity to build a new kind of international understanding, not politician to politician, great man to great man, but citizen to citizen, person to person. It's a chance for people to look at a computer screen and really, genuinely wonder who's out there looking back at them".

(Grossman, Ley. "Time's Person of the Year: You", *Time*. 13 de diciembre de 2006, <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>)



Figura 5, La portada de la revista Time de diciembre de 2006 llevaba un espejo, Fuente: Times, <http://www.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html>



### Actividad

1. Ver el video de Michael Wesch, "Web 2.0... The Machine is Us/ing Us", en <http://es.youtube.com/watch?v=PL-ywltLjzk>  
[Versión en español]

2. Debatir sobre el cambio que ha producido la Web 2.0 en nuestra concepción de Internet.

## 1.4. La biblioteca 2.0

La biblioteca es en sí misma un servicio para la sociedad y desde su concepción ha considerado al usuario el centro de su existencia. El entorno online ha permitido a los usuarios estar en contacto con la biblioteca desde cualquier punto y conocer qué obras se encuentran en ella y si están disponibles, así como realizar consultas a los bibliotecarios; en cambio, durante todo este tiempo la participación activa del usuario en la colección se ha limitado a la solicitud de obras para su adquisición con las desideratas.

La filosofía 2.0 es la oportunidad de oro de la biblioteca para estar más cerca de sus usuarios, conocer qué les interesa y qué necesitan, y ofrecerlo de la forma que mejor se adapte a ellos.

El uso que la biblioteca puede hacer de las aplicaciones 2.0 se puede entender en varios sentidos:

A). La biblioteca como usuario que hace uso de aplicaciones 2.0 para:

- Compartir material de la biblioteca:
  - Fotos de la biblioteca en Flickr
  - Videos de la biblioteca en YouTube
  - Marcadores favoritos de la biblioteca en Delicious
- Ofrecer noticias relacionadas con la biblioteca:
  - Noticias sobre la biblioteca en Menéame y Documenea
  - Noticias breves de la biblioteca en Twitter
- Crear relaciones en las redes sociales:
  - La biblioteca como un usuario institucional en redes sociales como Facebook

B) La biblioteca 2.0 como un sitio en el que los usuarios participan y generan contenidos, dentro del que hay:

- Blogs que admiten comentarios de los usuarios y que permiten la sindicación RSS/Atom. Estos blogs pueden estar dirigidos a publicar noticias sobre la institución (sobre la universidad a la que pertenece la biblioteca, por ejemplo), noticias sobre la propia biblioteca, noticias sobre las tecnologías aplicadas a la educación, o sobre novedades editoriales compradas por la biblioteca.
- Álbum de fotos de la biblioteca, subidas por el personal de la biblioteca y por los usuarios, donde se puedan escribir comentarios.



- Canal con videos de presentación de actividades, hechos por la biblioteca y por los usuarios, donde se puedan escribir comentarios.
- Atención al usuario en un servicio de chat.
- OPAC con navegación social por medio de marcadores, en el que se puedan comentar las obras, taguearlas y votarlas.
- Podcasts con lecturas de fragmentos de obras que están en la biblioteca.
- Etc.

A lo largo de estas páginas se presentarán los servicios que han ido apareciendo en este apartado; se mostrarán ejemplos de los más generalizados y se dedicará un espacio a cada uno en cuanto a su implantación en bibliotecas. El último apartado está dedicado en exclusiva a los servicios 2.0 en bibliotecas.



## 2. HERRAMIENTAS DE TRABAJO COLABORATIVO

La Web ha puesto a disposición de todos sus usuarios la posibilidad de crear contenidos y publicarlos de manera que los demás usuarios puedan acceder a ellos. A diferencia de los canales tradicionales de publicación en los que es necesaria una gran infraestructura, la Web permite a los usuarios subir a un servidor cualquier fichero informático en cualquier formato, que si está aceptado por los navegadores (como Internet Explorer, Firefox, Mozilla, etc.) podrá visualizarse. Durante los primeros años de la Web esta era la única forma de publicar contenidos, sin contar la participación en listas de discusión y foros online.

Las formas de trabajo colaborativo son varias:

- Creación de un documento online entre varias personas, por ejemplo con Google Docs;
- Creación de un grupo de trabajo online para el intercambio de mensajes, documentos, por ejemplo Google Groups o Yahoo! Grupos;
- Creación y/o participación en un sistema de publicación online compartido con la tecnología wiki, por ejemplo Wikipedia.

### 2.1. Ofimática online

Las Web 2.0 cuenta también con aplicaciones ofimáticas como Google Docs y Zoho. Estos paquetes contienen procesador de texto, hoja de cálculo, presentaciones de diapositivas, etc. Las posibilidades que ofrecen son menores que las de los paquetes ofimáticos que se instalan en el disco duro, pero suficientes para crear documentos.

#### Google Docs

Con Google Docs es posible:

- Crear documentos
- Abrir documentos que recibimos adjuntos en el correo de Gmail.
- Guardar los documentos en distintos formatos (.doc, pdf...)
- Compartir documentos con otros usuarios, ya sea para que sólo los puedan leer, o puede ser para que los modifiquen.

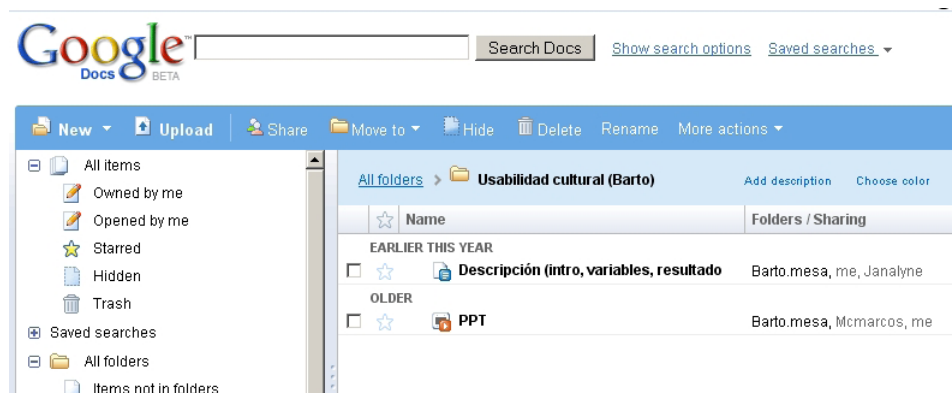


Figura 6, Google Docs: Documentos de un usuario y personas con los que los comparte

Untitled edited on July 19, 2008 6:02 PM by Mari Carmen Marcos

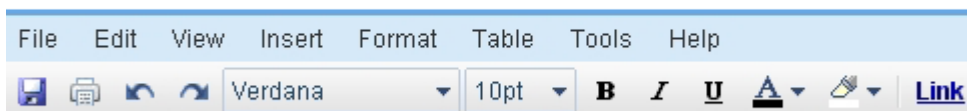


Figura 7, Google Docs: opciones de edición de un documento de texto

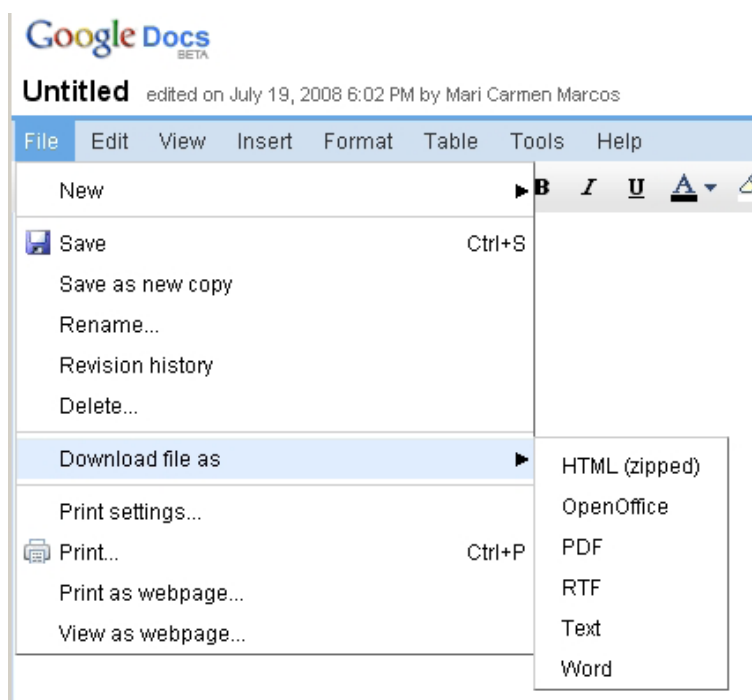


Figura 8, Google Docs: Opciones de conversión de un documento a otros formato

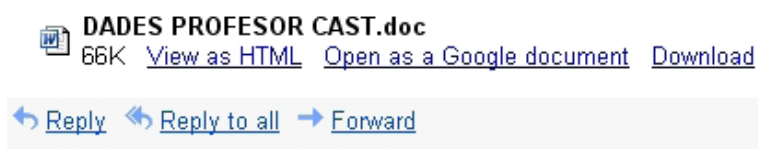


Figura 9, Google Docs: opción de abrir documentos de otros formatos recibidos por email

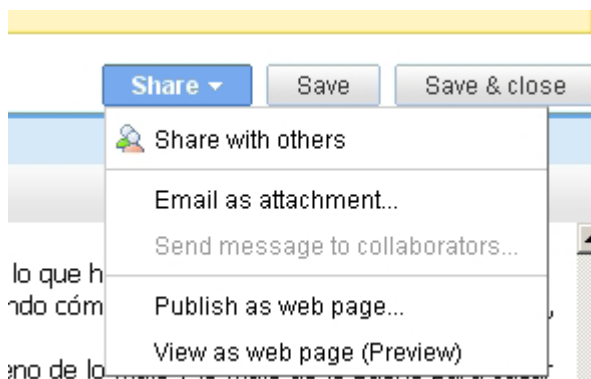


Figura 10, Google Docs: compartir un documento con otros usuarios



## Actividad

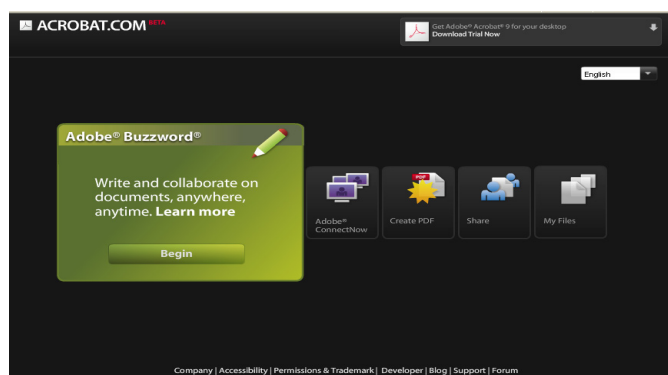
1. Crear un documento con Google Docs.
2. Compartirlo con otros dos compañeros
3. Modificar el documento los tres compañeros (párrafos distintos si se hace al mismo tiempo) y guardarlo



## Set de Servicios Online de Adobe (<http://www.adobe.com>)

Este escritorio virtual desarrollado por Adobe facilita cuatro aplicaciones:

- Un procesador de textos llamado "Buzzword";
- Un sistema para compartir archivos de nombre "Share" que facilita hasta 5 gigabytes de almacenamiento gratuito;
- Un sistema para convertir documentos a PDF (hasta cinco archivos al mes de manera gratuita);



- Un sistema de mensajería instantánea con capacidad de comunicaciones de voz, ConnectNow.

Figura 11, Escritorio Virtual de Adobe

## Scribd (<http://www.scribd.com>)

Servicio gratuito donde se puede publicar, editar, almacenar, descargar y compartir documentos en línea. Para visualizar los documentos, los creadores han incorporado el sistema ipaper, que permite agregar los documentos a un sitio Web o a un blog.

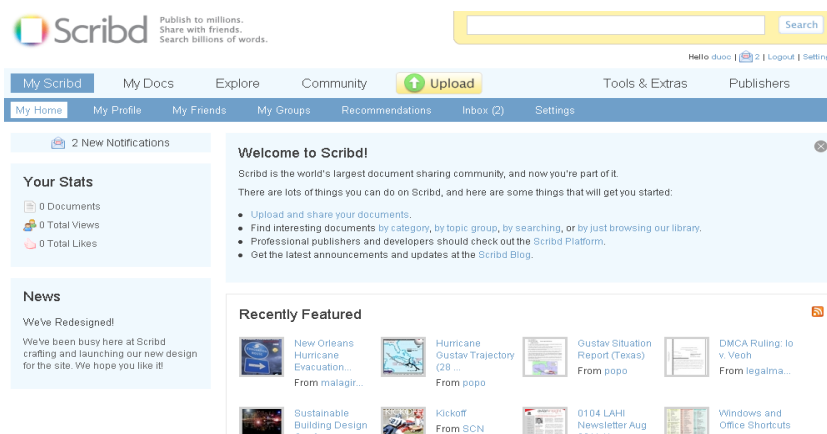


Figura 12, Scribd: Servicio de publicación y edición en línea

## 2.2. Grupos online

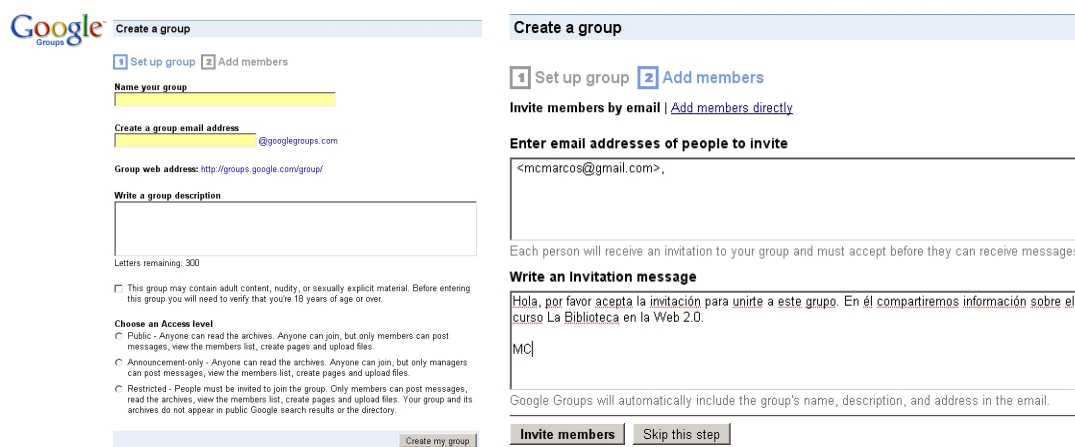
Los grupos no son algo tan diferente a las listas de discusión que se vienen usando desde los inicios de Internet. La diferencia básica que encontramos entre estos grupos y las listas es que cualquiera de nosotros puede crear un grupo sin necesitar instalar en el servidor un software especial, porque la plataforma nos la dan Google Groups o Yahoo! Groups, por citar los más conocidos.

Los grupos resultan muy útiles para debatir y compartir información, ya que permiten subir archivos a un espacio común.

Crear un grupo es tan sencillo como tener una cuenta en el servicio que se desea usar, pulsar sobre la opción "crear", darle un nombre y una dirección de correo (a la que los miembros enviarán emails que llegarán al resto de los miembros) y decidir si será un grupo público o restringido.

### Google Groups

Se trata de un servicio de Google (similar a Yahoo! Groups) que facilita la creación de grupos de personas.



The image displays two sequential steps of the Google Groups creation process. The left panel, titled 'Create a group', shows the initial setup form with fields for 'Name your group', 'Create a group email address', 'Group web address', and 'Write a group description'. It also includes an 'Access level' section with radio buttons for 'Public', 'Announcement-only', and 'Restricted'. The right panel shows the 'Add members' step, where an email address is entered in the 'Enter email addresses of people to invite' field, and an invitation message is composed in the 'Write an Invitation message' field. The message template includes the group name, description, and address.

Figura 12, Google Groups: crear un nuevo grupo e invitar a otras personas a formar parte del grupo



The image shows the Google Groups interface for a group named 'bibliotecadospuntocero'. The group's main page is displayed, featuring a description and three action buttons: 'Empezar un tema nuevo', 'Crear varias páginas', and 'Subir algunos archivos'.

Figura 13, Opciones de Google Groups para un grupo creado (visión del administrador)

### Actividad

Cree un grupo de Google (<http://groups.google.com>) y únase a un grupo de trabajo creado.



## 2.3. Wikis

Seguramente que han escuchado o leído que desde que cualquier persona puede publicar en la Web, la fiabilidad de la información es muy cuestionable. Esto no es exactamente así. Antes de que «cualquier» persona pudiera publicar también había personas, empresas e instituciones que podían publicar en sus sitios Web información engañosa o directamente falsa. La Web nace como un medio donde la calidad de lo publicado la decide el lector, puesto que no hay un organismo de control que verifique los contenidos. Los medios tradicionales de publicación (libros, revistas) y de comunicación (prensa escrita, radio, televisión) pasan ciertos controles que no son necesariamente de calidad, o al menos de la calidad que nos gustaría que tuvieran, pero sí es cierto que en caso de encontrar en ellos información falsa o simplemente contenidos de baja calidad hay una persona (el autor, el editor, el periodista, el animador) que da la cara, y eso hace que antes de publicar datos falsos lo piensen, o al menos no lo hagan deliberadamente. En cambio, en la Web el anonimato es mucho más fácil de lograr y por tanto el responsable de esa información poco contrastada es a menudo difícil o imposible de localizar.

Existen muchos sitios Web desde los que crear wikis, con la ventaja de que proporcionan el alojamiento, es decir, no necesitamos instalar en un servidor el software de gestión del wiki, sino que estos servicios lo hacen por nosotros. Existen servicios de pago y gratuitos, en función de las prestaciones que ofrecen, por ejemplo en los gratuitos suele haber publicidad en las páginas que se generan, y cualquier persona puede verlos (aunque no necesariamente modificarlos). Algunos ejemplos de servicios para crear y mantener wikis son:

- [www.pbwiki.com](http://www.pbwiki.com)
- [www.wetpaint.com](http://www.wetpaint.com), si buscamos “bibliotecas 2.0” encontraremos un wiki que alguien ha creado sobre este tema: <http://especial.wetpaint.com/page/Biblioteca?t=anon>
- [www.wikispaces.com](http://www.wikispaces.com)
- [www.wikia.com](http://www.wikia.com), además tiene un buscador de wikis para encontrar entre 6000 wikis existentes
- [www.wikilearning.com](http://www.wikilearning.com), de la empresa e-Magister, para crear y participar en wikis de cursos y tutoriales sobre los más diversos temas, en español

Para crear un wiki tan solo hay que registrarse, crearlo, y comenzar a llenarlo de contenidos. Otras personas que quieran contribuir a él podrán hacerlo, para lo que normalmente deberán registrarse en el sistema en el que se ha construido el wiki y “unirse” al grupo que lo publica.

### Wikispaces

Hemos creado un wiki para este libro; se llama “biblioteca20” y cualquier persona que tenga una cuenta en Wikispaces y quiera aportar algo a él podrá solicitar formar parte del grupo y comenzar a añadir información o modificar la existente.

Already a member? [Sign in](#)

**Join Now!**

1. Pick a username

2. Set your password

3. Enter your email address

We don't spam or share your email address.

4. Space name (optional)

.wikispaces.com

[Terms of Use](#)

Figura 14, Paso 1. Registrarse en Wikispaces

**Request membership to bibliotecadospuncero**

To join the space, bibliotecadospuncero, submit a request to the space organizers.

Comment (optional):

Figura 15, Paso 2. Solicitar unirse a un wiki ya creado (o crear un wiki, si es lo que se quiere hacer)

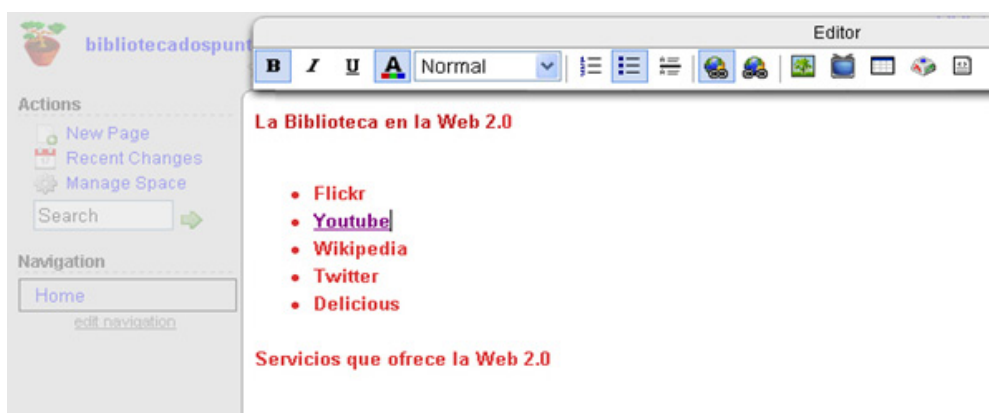


Figura 16, Wiki con contenido en una de sus páginas



## Actividad

Crear una wiki para su curso con al menos dos nuevas páginas



## Desafío

Crear un wiki y permitir que otros compañeros escriban en él.

## Wikipedia

Un ejemplo para desmitificar la idea de que la Web 2.0 implica una falta de **calidad** en sus contenidos es la Wikipedia, un proyecto al que muchos tacharon de poco fiable y que se ha convertido en una fuente de información de calidad y con un nivel de fiabilidad tan alto como el de otras enciclopedias tradicionalmente publicadas en papel.

La idea de Wikipedia reside en los sistemas «wiki», que se conciben como plataformas de generación colaborativa de contenidos. Durante años los wikis han servido a grupos de trabajo, y por tanto los autores de los contenidos eran personas con autorización para hacer dichos cambios y aportaciones. Precisamente la concepción de los sistemas wiki nace de la idea de que varias personas construyan un documento aportando lo que saben. En los wikis todos los usuarios pueden añadir información y modificar la que hay, de forma que el documento puede cambiar en cualquier momento.



Proyectos de Wikimedia

La Wikipedia, una enciclopedia basada en una plataforma wiki es el principal proyecto de la Fundación WikiMedia. Recoge más de 10 millones de entradas en 253 lenguas, de las cuales 2.534.000 están en inglés y unos 392.000 en español (datos de septiembre de ). Tras siete años funcionando (desde 2001), ha demostrado que el volumen de editores voluntarios es un buen filtro para evitar contenidos falsos y detectar rápidamente comportamientos antisociales, y así lo demuestra la actividad de los foros generados en muchos de los artículos. Actualmente se encuentra entre los 10 sitios Web más visitados del mundo.

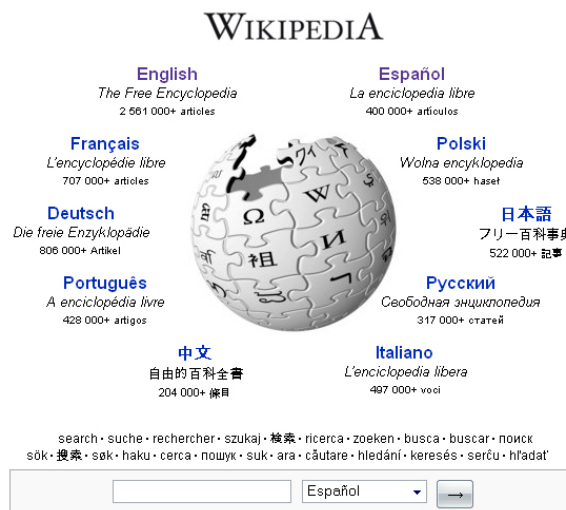


Figura 17, <http://www.wikipedia.org/>

Los artículos se someten a discusión y los editores los comentan hasta llegar a una decisión; este sistema le da una alta calidad a los contenidos publicados. Cuando un artículo no se considera acabado, podemos ver esta situación en su cabecera y editarlo para completar con información que tengamos sobre el tema.

Wikipedia is sustained by people like you. Please [donate](#) today.

[article](#) [discussion](#) [edit this page](#) [history](#)

## Library 2.0

From Wikipedia, the free encyclopedia

**This article may require [cleanup](#) to meet Wikipedia's [quality standards](#).**  
Please [improve this article](#) if you can. (June 2008)

This article or section includes a [list of references](#) or [external links](#), but its sources remain unclear because it lacks [inline citations](#).  
You can [improve this article](#) by introducing more precise citations [where appropriate](#). (February 2008)

**Library 2.0** is a loosely defined model for a modernized form of [library](#) service that reflects a transition within the library world in the way that services are delivered to users. The focus is on user-centered change and participation in the creation of content and community. <sup>[1]</sup> The concept of Library 2.0 borrows from that of [Business 2.0](#) and [Web 2.0](#) and follows some of the same underlying philosophies. This includes online services such as the use of [OPAC](#) systems and an increased flow of information from the user back to the library.

With Library 2.0, library services are constantly updated and reevaluated to best serve library users. Library 2.0 also attempts to harness the library user in the design and implementation of library services by encouraging feedback and participation. Proponents of this concept expect that ultimately the Library 2.0 model for service will replace traditional, one-directional service offerings that have characterized libraries for centuries.

[Contents](#) [hide](#)

[article](#) [discussion](#) [edit this page](#) [history](#)

## Editing Library 2.0

From Wikipedia, the free encyclopedia

You are not currently [logged in](#). Editing this way will cause your [IP address](#) to be [recorded publicly](#) in [this page's edit history](#). If you [create an account](#), you can conceal your IP address and be provided with many other [benefits](#). Messages sent to your IP can be viewed on [your talk page](#).

**Please do not save test edits. If you want to experiment, please use the [sandbox](#).**

```

{{Cleanup|date=June 2008}}
{{Nofootnotes|date=February 2008}}

'''Library 2.0''' is a loosely defined model for a modernized form of [[library]] service that reflects a transition within the library world in the way that services are delivered to users. The focus is on user-centered change and participation in the creation of content and community. <ref

```

Figura 18, Edición de entradas en Wikipedia

Antes de editar un artículo o de crear un nuevo artículo, conviene registrarse como usuario (de esta forma no figurará la dirección IP desde la que nos hemos conectado, y que nos impediría mantener nuestro anonimato). El anonimato es la forma de actuación recomendada por Wikipedia, pues se intenta evitar conflictos entre personas a las que podemos conocer por estar publicando sobre los mismos temas que nosotros.

También es recomendable familiarizarse con el sistema de edición antes de lanzarse a publicar. Para esto se ha habilitado una zona de pruebas (en inglés "sandbox" en la dirección: [http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Zona\\_de\\_pruebas](http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Zona_de_pruebas)

[página del proyecto](#) [discusión](#) [editar](#) [historial](#) [Regístrate/Entrar](#)

## Wikipedia:Zona de pruebas

¡Bienvenidos a la **Zona de pruebas**! Esta página sirve para que realices todas las pruebas de edición que desees. Siéntete libre de probar aquí tus habilidades en la edición de páginas wiki. Para editar, haz clic [aquí](#) o en la pestaña «[editar](#)» en la parte superior de la página, haz cualquier cambio en la caja de texto y luego pulsa el botón «[Grabar la página](#)» cuando hayas terminado. Dado que se trata de una zona de pruebas las ediciones o comentarios puestos aquí no serán permanentes.

**Atención:** no introduzca contenido ofensivo, sin sentido, injuriante o con derechos de autor en la Zona de pruebas.

Ayuda: [Cómo editar una página](#) | [Tutorial](#)

[~190.31.201.227 ([discusión](#)) 18:57 29 sep 2008 (UTC)[http://www.ejemplo.com](#) Título del enlace]=Las pruebas en esta sección== del barrio cofico,al hiper de poeta lugones,q colectivo me lleva [Título del enlace](#)

[página del proyecto](#) [discusión](#) [editar](#) [historial](#)

## Editando «Wikipedia:Zona de pruebas»

Estás a punto de editar un artículo sin haberte registrado como usuario. Esto hará que quede registrada públicamente tu dirección IP como autora de la edición. Si quieres puedes [crear una cuenta de usuario](#).

```

<!--No borres este mensaje-->{{Títular-zdp}}<!--Haz las pruebas debajo, gracias-->

==Las pruebas en esta sección==

```

Figura 18, Zona de pruebas de Wikipedia, [http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Zona\\_de\\_pruebas](http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Zona_de_pruebas)

## Actividad

Entrar a la zona de pruebas de Wikipedia y comprobar las opciones de edición: negrita, cursiva... Previsualizar el resultado (no es necesario grabarlo)



## Desafío

Crear una entrada en Wikipedia o modificar una entrada ya existente.



Los wikis no son todavía herramientas que las bibliotecas hayan incorporado dentro de sus servicios, si bien ya se pueden encontrar algunas iniciativas como la de la biblioteca de la Universidad de Ohio, donde han creado un wiki para reunir recursos sobre la temática de los negocios y comentarlos. Desde el wiki se enlaza a recursos Web como a obras que se encuentran en el catálogo de la biblioteca.



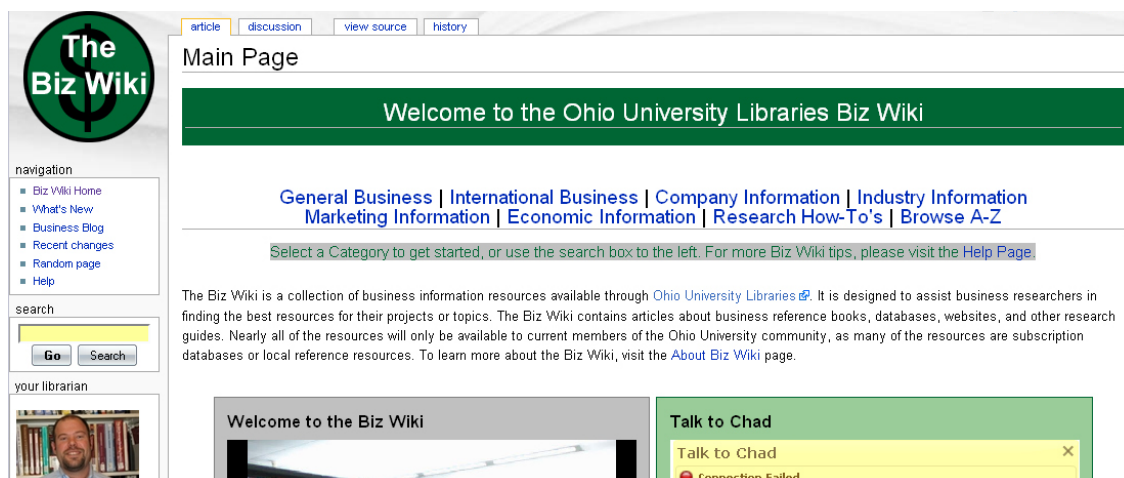


Figura 19, Wiki de la biblioteca de la Universidad de Ohio

Las wikis no son utilizadas solamente como servicios para los usuarios, también se han incorporado como apoyo a la propia gestión de la Biblioteca. Tal es el caso de la Wiki de las Bibliotecas del Tecnológico de Monterrey, donde interactúa el personal de la Biblioteca, comparte información y es un recurso para avanzar en proyectos.



Figura 20, Wiki de las Bibliotecas del Tecnológico de Monterrey

## 2.4. Calendarios compartidos

En un entorno de trabajo colaborativo offline, las personas necesitan a menudo coordinar sus agendas. El calendario de Google, al igual que otras aplicaciones habitualmente de escritorio, permite compartir calendarios y así coordinar con más facilidad las tareas que tienen una fecha y que afectan a varias personas.

[Página principal de Google Calendar](#)

[Visión general](#)

[Novedades](#)

**Visita guiada**

**Bienvenido**

[Creación de eventos](#)

[Invitaciones y notificaciones](#)

[Administración de varios calendarios](#)

[Uso compartido de un calendario](#)

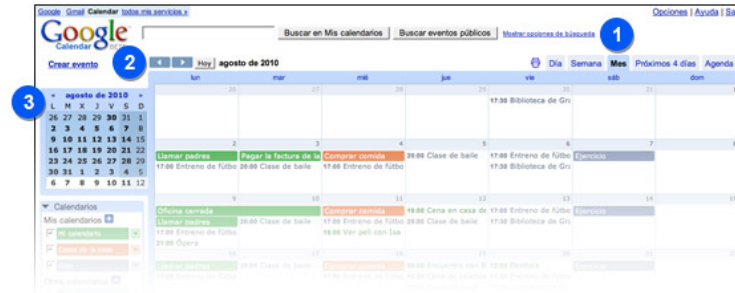
[Guía del editor de eventos](#)

[Información sobre privacidad](#)

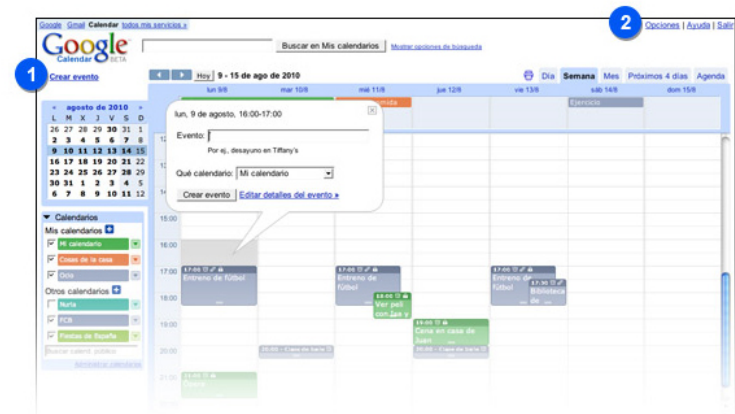
[Centro de asistencia](#)

## Bienvenido a Google Calendar

Google Calendar te proporciona un lugar donde anotar los eventos más importantes de tu vida. Podrás añadir eventos y enviar invitaciones fácilmente, compartir tu agenda con tu familia y amigos y realizar búsquedas de eventos que podrían interesarte.



- 1 Visualización por día, semana o mes**  
Estas pestañas te permiten visualizar tu calendario por día, semana, mes o los próximos cuatro días. La pestaña Agenda muestra tus eventos en forma de lista y podrás personalizar la vista. Próximos cuatro días en función de tus necesidades.
- 2 Avanzar y retroceder**  
Estas flechas te permitirán avanzar y retroceder en el tiempo. También podrás utilizar la combinación de teclas J y K.
- 3 Elección de los días que deseas visualizar**  
Podrás especificar los días que deseas visualizar en el calendario principal resaltando fechas de interés en el mini calendario.



- 1 Inclusión de eventos con un formulario**  
También puedes añadir eventos utilizando un formulario normal. Sólo debes hacer clic en Crear evento para empezar.
- 2 Importación de eventos de otros programas**  
Puedes importar eventos desde otros programas de calendario, como Yahoo! Calendar y Microsoft Outlook. Haz clic en Configuración y, a continuación, en Importar calendario para empezar.

Google Calendar:

Figura 21, <http://www.google.com/intl/es/googlecalendar/tour.html>



### 3. EL MULTIMEDIA COMPARTIDO

Hemos visto cómo los usuarios de la Web pueden crear contenidos y publicarlos de forma sencilla. Ahora bien, poner en común los contenidos que uno genera -o los que uno tiene, aunque sean ajenos- es una práctica muy extendida. Los primeros sistemas para compartir estaban dedicados a la música (Napster, Emule...), en ellos cada usuario ofrecía al resto de la comunidad archivos de música y de esta manera compartían lo que cada uno tenía. Hoy en día continúan existiendo estos sistemas basados en tecnología P2P (de persona a persona) a pesar de la controversia que generan en cuanto a su legalidad, especialmente en lo que se refiere a música y películas. Hay muchos ejemplos de programas P2P: Ares, eMule, Limewire, Kazaa, Bitorrent, etc.

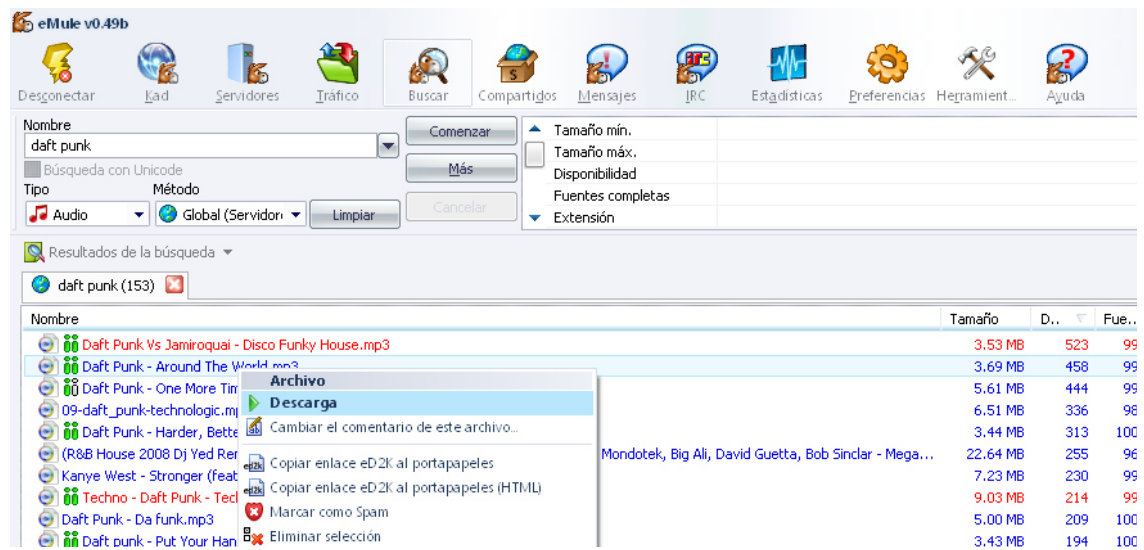


Figura 22, eMule

Es diferente el caso de los contenidos generados por cada persona y puestos voluntariamente a disposición del resto de los usuarios, por ejemplo fotografías y videos de creación propia. Para fotografías existen Flickr (de Yahoo!), Picassa (de Google), Panoramio (un mashup de Google Maps que ha sido comprado por Google), entre otros.

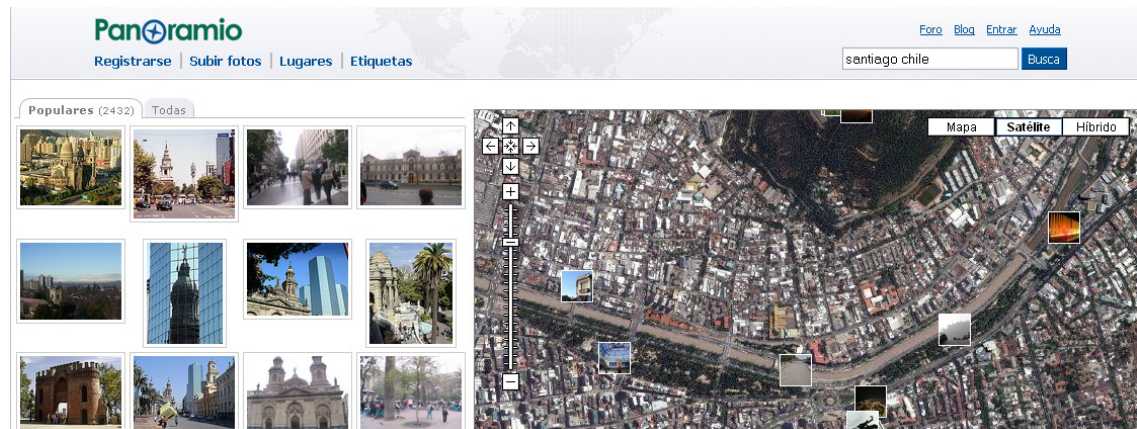


Figura 23, Los usuarios de Panoramio sitúan las fotografías en el mapa de Google Earth  
Panoramio: <http://www.panoramio.com/>



Figura 24

Los autores de las imágenes taguean sus fotos en Panoramio y otros usuarios pueden comentarlas

### 3.1. Imágenes y videos

Aunque la mayoría de los contenidos que hay en la Web son textuales, uno de los factores que ha llevado a este medio hacia su gran popularidad ha sido su capacidad multimedia. La Web de los primeros años no era tan gráfica como lo es hoy, y el ancho de banda de nuestras conexiones tampoco permitía la subida y descarga de ficheros grandes en un tiempo razonable, por lo que el uso de multimedia estaba muy reducido entre la población más allá de los Webmasters y especialistas en informática.

La evolución de la Web nos ha llevado hacia un medio más participativo, más multimedia y más ubicuo.

Ahora bien, los archivos multimedia (sonido, imagen y video) son efectivamente más grandes que el texto, por lo que subirlos a un servidor continúa siendo una tarea lenta comparada con la subida de páginas Web sin estos formatos. Lo mismo ocurre con la descarga de ficheros de gran tamaño. Por este motivo se han creado formatos que comprimen los datos, como JPEG para las imágenes y MPEG para el video, y los reproductores de video usan el streaming, que hace que podamos visualizar los contenidos según se van descargando en lugar de tener que esperar a que se descargue completamente para comenzar a verlo.

El tamaño de los archivos que subimos a un sitio Web es un factor muy importante. Tanto si enviamos una fotografía por correo electrónico como si la subimos a un álbum en la Web, el envío y la posterior descarga para quien quiera visualizarla serán muy lentos, por lo que es muy recomendable reducir el peso del archivo antes de enviarlo o subirlo; por ejemplo, si se trata de una foto que hemos realizado con una cámara digital moderna el archivo pesará seguramente



más de un Megabyte, y con una conexión ADSL de hoy en día su descarga puede demorar más tiempo del que la mayoría de nosotros esperamos (en la Web, esperar varios segundos a que una acción ocurra supone un estrés porque estamos acostumbrados a la inmediatez).

Existen multitud de programas de edición de imágenes que entre otras funciones nos permiten reducir el tamaño del archivo de imagen. Algunos son gratuitos (ej. XnView.com) y otros de pago (ej. Paint), algunos son muy sencillos (XnView, Paint o Microsoft Image Resizer PowerToy ) y otros muy complejos (Photoshop).

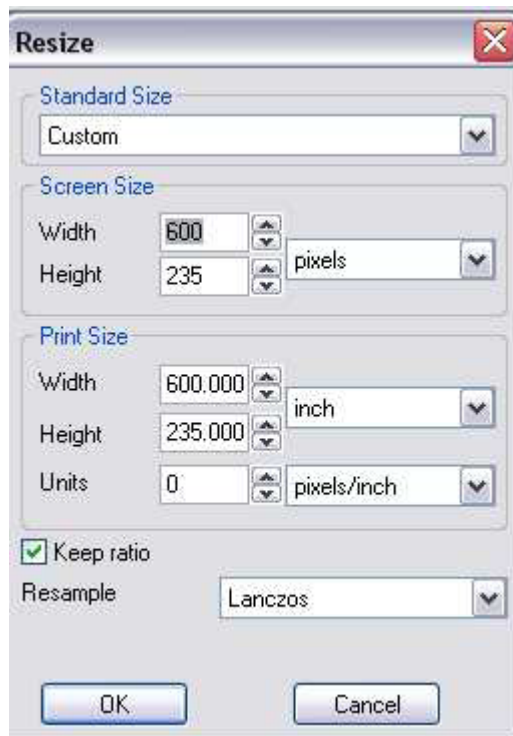
Para bajar el peso de un archivo podemos optar por dos caminos (o hacer ambos):

1. Reducir el tamaño de la foto, es decir, el ancho y el alto que ocupa, que se suele medir en pixeles. Una pantalla de hoy en día suele tener una anchura de unos 1000 pixeles. Sabiendo este dato podemos calcular qué ancho nos interesa que tenga nuestra foto. 500 pixeles es un buen tamaño para mostrar la foto.
2. Bajar la resolución (la calidad) de la foto, es decir, comprimirla más.

En la mayoría de los programas de edición de imagen la forma de hacer estas acciones suele ser así (tomamos como ejemplo la interfaz de XnView en inglés):

- Para modificar el tamaño, ir al menú Image > Resize y modificar "Screen Size". Debemos asegurarnos de que está marcado el botón "Keep ratio" en el menú del tamaño de imagen, para que al cambiar el ancho también cambie el alto de forma automática y se mantengan las proporciones.

*Figura 25, Cambiar el tamaño de la imagen con XnView*



- Para bajar la resolución, al guardar la imagen pulsar "Options" y seleccionar la calidad que queremos. A mayor compresión menor peso, pero también menor resolución (calidad) de imagen.

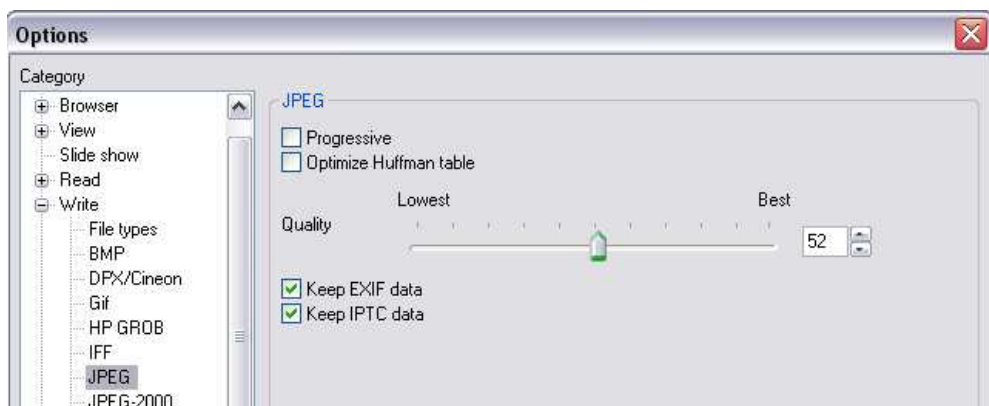


Figura 26, Cambiar la calidad de la imagen con XnView

Es recomendable seguir estas indicaciones para bajar el peso de las imágenes siempre que se vaya a subir una imagen a un servicio como Flickr, pues el tiempo de subida será menor cuando menor sea el archivo.

## Flickr

Flickr es una de las grandes aplicaciones Web para subir imágenes (y actualmente también videos), tanto de usuarios aficionados como de fotógrafos profesionales que muestran ahí sus trabajos para darse a conocer.

Algunas instituciones también han creado su usuario en Flickr y muestran fotografías de sus instalaciones y de su personal. Otras veces las fotografías no pertenecen a la institución, sino a personas particulares que las han realizado y las comparten con el resto de los usuarios.



Figura 27, Fotografías de la biblioteca del Congreso Nacional de Chile en Flickr





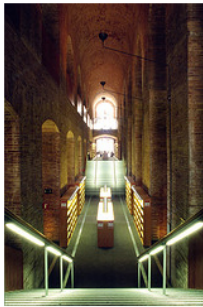
## Biblioteca Depósito de las Aguas - Josep Fontserè, UPF, Barcelona de [Joana Villegas](#)

★ 1 favorita

Tomada el 6 de abril, 2008, cargada el 6 de abril, 2008



Ve las fotos de Joana Villegas o el perfil.



## Biblioteca Depósito de las Aguas - Josep Fontserè, UPF, Barcelona de [Joana Villegas](#)

Tomada el 6 de abril, 2008, cargada el 6 de abril, 2008



Ve las fotos de Joana Villegas o el perfil.

Figura 28, Fotografías de la biblioteca de la Universitat Pompeu Fabra en Flickr

Sesión iniciada como [tecnonauta](#) [Ayuda](#) [Cerrar sesión](#)

[Inicio](#) [Tú](#) [Organizar](#) [Contactos](#) [Grupos](#) [Explorar](#)

Buscar en la galería de bibliotecad [Buscar](#)

### Galería de bibliotecaduocvalparaiso

[Álbumes](#) [Etiquetas](#) [Archivos](#) [Favoritas](#) [Perfil](#)

[Comparte esto](#) [Presentación](#)

#### Alumnos

Todos los derechos reservados  
Cargada el 10 de ago, 2008  
[0 comentarios](#)

#### Alumnos

Todos los derechos reservados  
Cargada el 10 de ago, 2008  
[0 comentarios](#)

#### Ayudante

**Sebastián Ávila Arquero**  
 Todos los derechos reservados  
Cargada el 10 de ago, 2008  
[0 comentarios](#)

#### Alumnos Sala Estudio Grupal

Todos los derechos reservados  
Cargada el 10 de ago, 2008  
[0 comentarios](#)

#### Alumnos

Todos los derechos reservados  
Cargada el 10 de ago, 2008  
[0 comentarios](#)

#### Alumnos

Todos los derechos reservados  
Cargada el 10 de ago, 2008  
[0 comentarios](#)

Figura 29, Fotografías de la Biblioteca de Valparaiso de DuocUC en Flickr

El uso de Flickr es sencillo:

- Crear una cuenta en esta plataforma, para lo que puede utilizarse el usuario de la cuenta de correo electrónico de Yahoo! (Flickr fue comprado por Yahoo!).
- Seleccionar las fotos desde el disco donde están guardadas.
- Crear una carpeta donde se guardarán en Flickr.
- Darles un título, taguearlas y describirlas.

## Subir fotos en Flickr

Has usado el **0%** de tu límite de 100,00 MB este mes, por lo que te queda **100,00 MB**. ¿Deseas [actualizarte?](#)

Archivo      Tamaño      ¿Quitar?

353828353_cddb6e66a1_o.jpg	4.55 MB	
112331682_8fe17005e2_o.jpg	238.7 KB	
84643067_a22c57f434_o.jpg	13.9 KB	

3 archivos   [Agregar más](#)      Total: 4.80 MB

**Establecer privacidad** / [Mostrar más opciones de carga](#)

☐ Privadas (sólo tú las ves)

☐ Visible para tus amigos

☐ Visible para tus familiares

☒ Públicas (cualquiera puede verlas)

**Subir fotos**

O bien, [cancela](#) y ve a Tu secuencia de fotos.

Figura 30, Subir archivos fotográficos a Flickr

## Describe esta carga

O bien, [abre Organizr](#) para realizar un control más detallado.

### Operaciones en lote

**Agregar etiquetas**

**AGREGAR**

**Incluir en un álbum**      [Crear un álbum nuevo...](#)

No tienes ningún álbum aún

### Títulos, descripciones, etiquetas

Título: <input type="text" value="mis zapatillas!"/>	Título: <input type="text" value="mis zapatillas en cemento"/>	Título: <input type="text" value="Atardecer!"/>
Descripción: <input type="text"/>	Descripción: <input type="text"/>	Descripción: <input type="text"/>

Figura 31, Incluir las fotos en una carpeta, poner un título a cada una, taguearlas y describirlas

## Actividad

1. Crear una cuenta en Flickr (usar la cuenta de email de Yahoo!).
2. Crear una carpeta y subir a ella al menos 3 fotografías.
3. Taguearlas.



## YouTube

Para videos, en estos momentos el sistema más utilizado hoy en día es YouTube, si bien buena parte de sus contenidos no han sido generados por los usuarios sino que éstos tan sólo los han subido, lo que hace que a menudo los responsables del sistema los tengan que eliminar para no entrar en conflicto con los derechos de propiedad intelectual.

**Tim O'Reilly on What is Web 2.0?**

From: **KamlaBhatt**  
Added: May 21, 2007  
(more info)

I got to ask Tim O'Reilly what he means by Web 2.0...

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=CQibri7gpLM>

Embed: `<object width="425" height="344"><param name="movie" value="http://www.youtube.com/watch?v=CQibri7gpLM"></object>`

► More From: KamlaBhatt

▼ Related Videos

- Eric Schmidt, Web 2.0 vs. Web 3.0**  
01:50 From: channy  
Views: 116,333
- What Is Web 2.0? Short Version documentary**  
09:07 From: Alspot  
Views: 44,186
- Web 2.0**  
05:17 From: jutecht  
Views: 391,079
- What is Web 2.0**  
10:10 From: danaehowetech  
Views: 3,226
- Web 2.0 - An intro in 5 minute**  
04:31 From: SilverWolf  
Views: 29,386

Promoted Videos

- Helium @ Large**  
04:10 From: periodicvid...
- PARTE DE CERO. Una hist...**  
08:27 From: partedecero
- HOWTO: guerrilla t-shir...**  
04:10 From: boingboingtv
- PAMELA AID THE TROUBLE IS**  
04:20 From: StephenORegan

Figura 32, Video de Tim O'Reilly en YouTube, uno de los pioneros en el concepto de 2.0

No sólo los usuarios particulares crean y comparten sus videos, también las empresas utilizan esta plataforma para comunicar. Las cadenas de televisión emiten fragmentos de algunos de sus programas, las productoras de cine lanzan los trailers, los cantantes suben videoclips, y las marcas presentan sus spots publicitarios.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Canal 9 Regional'. At the top, there's a navigation bar with 'YouTube' logo, 'English' dropdown, and links for 'Sign Up', 'QuickList', 'Help', and 'Sign In'. Below this is a search bar. The main header features a group photo of the channel's hosts and the text '¡SUSCRÍBETE A NUESTROS VIDEOS!'. To the right is the 'CANAL 9 REGIONAL' logo. The channel profile section on the left includes the channel name, style (Variety), join date (April 17, 2008), last sign-in (51 minutes ago), videos watched (4,217), subscribers (116), and channel views (10,579). It also lists the city (Concepcion), country (Chile), and website. A video player in the center shows a live broadcast of a man at a desk with the text 'EN VIVO' and 'Gallinero'. Below the video player is a link to a video titled 'VIOLENCIA EN JOVENES DE LICEO EXPERIMENTAL Y ESPAÑA NOV/2007'. The sidebar on the left includes a 'Connect with canal9regional' section with links to Facebook, Send Message, Add Comment, and Share Channel. At the bottom, there's a 'Subscribers (116)' section with a list of subscribers and a 'Bienvenidos a Canal 9 Regional en YouTube' section with a welcome message and a list of programs.

Figura 33, Canal de YouTube del Canal 9 de Bio Bio, <http://www.youtube.com/canal9regional>

Algunas bibliotecas también están presentes en este medio con entrevistas y reportajes, aunque todavía no es una práctica común contar con un canal en YouTube.



### Actividad

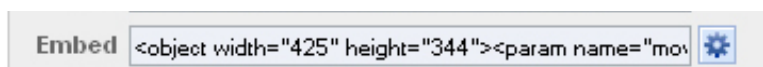
Buscar en YouTube videos relacionados con al menos uno de estos temas: biblioteca, Web 2.0, biblioteca 2.0.



### Desafío

1. Crear una cuenta en YouTube
2. Subir al menos video
3. Poner título, tags y descripción al video subido

Copiando un script que se genera en el sitio Web de la aplicación es posible visualizar la presentación en otro sitio Web simplemente pegando el código que aparece en el lateral derecho junto a la descripción.





Advertisement

THE UNIVERSITY of NORTH CAROLINA at CHAPEL HILL

From: **UNCChapelHill**  
Added: December 13, 2007  
(more info)

Anne Bishop (SILS doctoral student) proposes research on mobile computing in very mobile college student sample population. Proposed research focuses on Human Computer Interaction and Information ...

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=3GSYDwen1t0>

Embed: `<object width="425" height="344"><param name="movie" value="http://www.youtube.com/watch?v=3GSYDwen1t0"></object>`

More From: **UNCChapelHill**

- Eve Carson Celebration Part 1**  
16:14 From: **UNCChapelHill**  
Views: 3,331
- DJ Spooky - That Subliminal Kid -Remix Culture**  
01:49:23 From: **UNCChapelHill**  
Views: 5,638

Figura 34, Video en YouTube

Creación de entradas Configuración Diseño Ver blog

Crear Editar entradas Moderar comentarios

Título:

Edición de HTML Redactar

Vista previa

Video de la charla que di en la facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de North Carolina at Chapel Hill en diciembre de 2008, dentro del ciclo de conferencias CRADLE.

Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=540o-QPLCGM>

```
<object width="425" height="344"><param name="movie" value="http://www.youtube.com/v/540o-QPLCGM&hl=en&fs=1"><param name="allowFullScreen" value="true"><embed src="http://www.youtube.com/v/540o-QPLCGM&hl=en&fs=1" type="application/x-shockwave-flash" allowfullscreen="true" width="425" height="344"></embed></object>
```

Figura 35, Código en Blogger para visualizar el video desde el blog

21 JULIO 2008

**Talk: Text and images: together is better**

Vídeo de la charla que di en la facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de North Carolina at Chapel Hill en diciembre de 2008, dentro del ciclo de conferencias CRADLE.

Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=540o-QPLCGM>

Publicado por Mari-Carmen Marcos en 1:55 PM

0 comentarios

Figura 36, Post en un blog con un video de YouTube



## Desafío

Crear un post en el blog e incluir en él el código de un video obtenido de YouTube. Al pegar el código recuerde que la edición del post deberá estar en "html".

### 3.2. Presentaciones

Las presentaciones de conferencias, cursos y charlas, también tienen su espacio en la Web social. Algunos servicios como SlideShare.com permiten subir este material y describirlo, y así ponerlo a disposición de otros usuarios.

The screenshot shows the SlideShare interface. At the top, there's a navigation bar with links like Home, Browse, My Slidespace, Upload, Community, Tags, and Widgets. A search bar is present with the text 'Library 2.0' entered. Below the search bar, there are filters for 'Slideshow', 'User', and 'Group / Event'. The results are sorted by 'Relevance'. The first result is 'Hamilton Public Library - Grade 4 Library Introduction' with 0 downloads and 2769 views. The second result is 'library 2.0' with 0 downloads and 11236 views. The third result is 'Library Newbuild - trends in academic library design' with 94 downloads and 1484 views. The fourth result is 'Library 2.0 and User-Generated Content' with 126 downloads and 1908 views. The fifth result is 'What Is Library 2.0 ?' with 960 downloads and 15243 views. The sixth result is 'JavaScript Library Overview' with 1461 downloads and 120672 views. On the right side, there are advertisements for 'Spiral Software', 'Academic Library Online', and 'Microsatellite Libraries'.

Figura 37, Presentaciones sobre "Library 2.0" en SlideShare

Copiando un script que se genera en el sitio Web de la aplicación es posible visualizar la presentación en otro sitio Web simplemente pegando el código "embed", igual que se ha hecho antes con los videos de YouTube.



Figura 38

## Actividad

Buscar en Slideshare presentaciones relacionadas con al menos uno de estos temas: biblioteca, Web 2.0, biblioteca 2.0.







## 4. LA NAVEGACIÓN SOCIAL

La navegación social (social navigation) es un concepto anterior a la Web 2.0 y que se refiere al recorrido que un usuario hace en la Web para llegar a un destino guiándose por lo que otros usuarios dicen o hacen. Mattias Forsberg, en su artículo "Social Navigation: An Extended Definition" (1998) (<http://www.nada.kth.se/~forsberg/Documents/SocNav.pdf>) distingue entre la navegación social intencionada y no intencionada, en función de si el usuario que navega quiere dejar o no marcas del camino realizado para que otros usuarios las vean. En el caso de la Web 2.0, estas marcas son la base y la navegación social de estas aplicaciones está basada en la participación de todos los usuarios que van dejando marcas para los demás, marcas en forma de votos, opiniones, comentarios y marcación de recursos favoritos.

### 4.1. Marcadores sociales

Lo que tradicionalmente (si es que en Internet podemos hablar de tradición) hacíamos con los "bookmarks" o "favoritos" del navegador para recordar los sitios Web que nos han interesado y poder localizarlos en ocasiones posteriores, se ha trasladado a los servicios de marcación social online, ejemplos de ello son Delicious, Ma.gnolia y Blinklist, entre otros.

Estos servicios nos permiten marcar y describir nuestros sitios favoritos y acceder a la lista desde cualquier computador conectado a Internet, no necesariamente nuestro computador de casa o del trabajo, porque la información se guarda en servidores y no en el cliente.

#### Delicious.com

Delicious es una de las aplicaciones más utilizadas por los internautas para marcar recursos favoritos. Cada usuario de Delicious introduce las URLs de los sitios que considera de interés y los describe mediante etiquetas (tags) de forma que tanto él como otros usuarios (si no indica lo contrario) puedan encontrarlos.

The screenshot shows the Delicious.com interface for a user named 'mcmarcos'. The top navigation bar includes 'Home', 'Bookmarks', 'People', and 'Tags'. A search bar is located on the right. The main content area displays a list of bookmarks, each with a date, title, and a 'SAVE' button. The bookmarks are sorted by 'Most Recent'. On the right side, there is a 'Tags' section showing 'Top 10 Tags' and 'All Tags'.

Tag	Count
User	43
Experience	43
web2.0	17
library2.0	10
eyetracking	10
interactive_narrative	9
Architecture	6
e-redaccion	6
Information	6
english	6

Tag	Count
2.0	5
languages	5
pending	47
SEO	7
traveling	6
UX	27
Unbundled Tags	45

Figura 39, Lista de recursos guardados en Delicious.com sobre Web 2.0

Para poder marcar recursos favoritos en este servicio se deben instalar unos botones en la barra de navegador: uno para ver la lista de favoritos, otro para añadir recursos a la lista de favoritos (el que dice “tag”) y otro, con la forma del logo de la empresa, para ir a la página Web de Delicious.com. Para instalar estos botones hay que estar registrado, ir a la opción “help” de la Web de Delicious.com y en el apartado “need tools?” pulse el botón y decida la mejor instalación según su navegador: Internet Explorer o Mozilla Firefox: “Internet explorer buttons” o “firefox bookmarks add-on”, respectivamente.



Figura 40, Botones de Delicious.com instalados en la barra del navegador

Figura 41, Guardar, etiquetar, describir y compartir un recurso en Delicious.com

Los tags se van acumulando por orden alfabético en nuestra página de inicio de Delicious. Conforme va aumentando su número conviene hacer una clasificación, por ejemplo: tags que corresponden a páginas sobre viajes, tags sobre el fenómeno 2.0, sobre marketing, etc. Las agrupaciones se llaman “bundles”.

#### Create Tag Bundle

1. Enter Tag Bundle Name

2. Type the tags you want to add to the bundle, or click on them below

[Save](#) [Cancel](#)

Figura 42, Bundles de tags en Delicious.com

Por lo visto hasta ahora, Delicious no parece una herramienta social, pues cada usuario selecciona sus favoritos sin interactuar con otro usuario. Pero sí lo es; de hecho es posible sacar mucho más partido de la herramienta si se usa en red. Cada usuario puede estar unido a otros en una red y ver los recursos que otros usuarios han seleccionado. Que una persona tenga a otra en su red no implica que deba ser recíproco. Además, cada usuario puede determinar qué recursos no quiere que los demás usuarios vean que ha marcado. Las personas a las que elegimos para ver sus tags son nuestra red (network), mientras que aquellas que nos tienen en su red son “fans” nuestros.

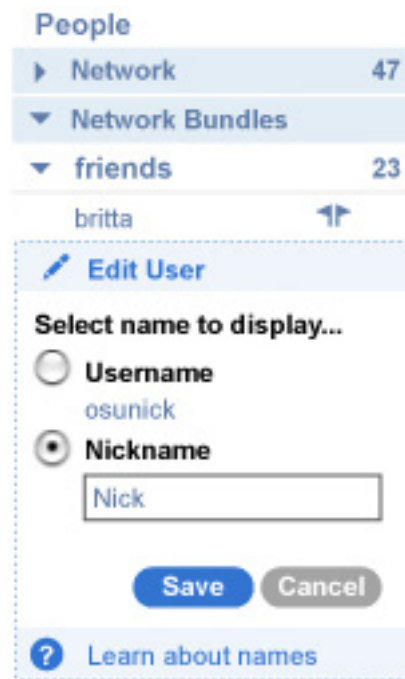


Figura 43, Red en Delicious.com

Por último, otra utilidad de esta aplicación es la posibilidad de suscribirse a determinados tags de manera que cada vez que alguien describa un recurso utilizando esa palabra, Delicious nos avisará del recurso y podremos incluirlo entre nuestros favoritos. Es una buena solución como servicio de alerta, puesto que se publica tanta información que uno solo no llega a conocerla toda, pero en comunidad resulta más fácil.

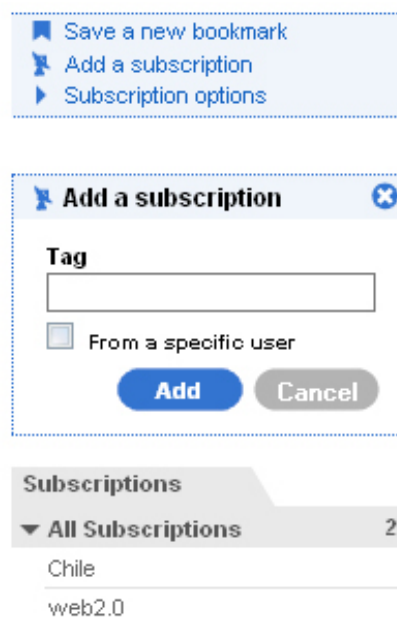
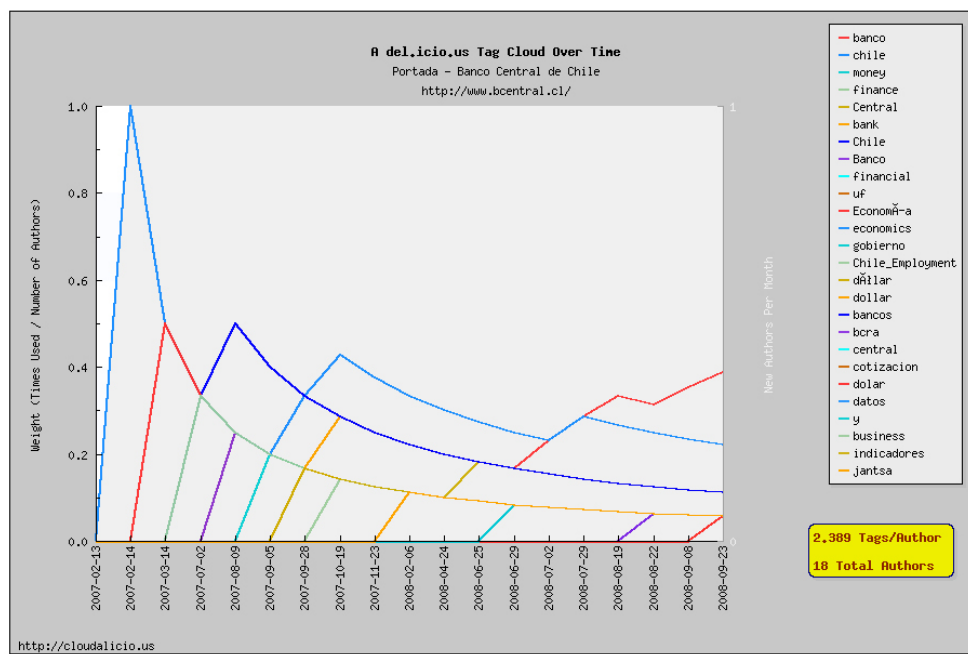


Figura 44, Servicio de alerta por suscripción de Delicious.com





This page is: <http://cloudalicio.us/tagcloud.php?url=http://www.bcentral.cl/>

Figura 46, Cloudalicio.us presenta los tags usados para describir en Delicious la página Web de inicio de Banco Central de Chile a lo largo del tiempo

El fenómeno de los marcadores sociales ha llegado con fuerza a las comunidades de investigadores, que han encontrado estos servicios también de utilidad para recoger los recursos que más les interesan y conocer los que otros colegas han encontrado. CitUlike y Connotea son los dos sistemas de marcación social más utilizados por la comunidad científica.

Search All Find results

**Connotea** Organise. Share. Discover.

Home Blog About Connotea Site Guide Community pages My Library

Free online reference management for all researchers, clinicians and scientists  
 Completely free, no download  
 → sign up now

Already Registered?  
 Username Password Login  
 Forgotten your username or password? | Login with OpenID

Five reasons to use Connotea

1. **Save and organize** links to your references
2. Easily **share** references with colleagues
3. Access references from **any computer**
4. **One click** is all it takes
5. **Easy to use**. Start creating your library today

→ Learn more  
 → Watch a short video (2m 41s)

**How it works**

- 1 **Find**  
You find a reference
- 2 **Save**  
One click saves it on Connotea
- 3 **Customize**  
Add your own keywords for easy retrieval

Figura 47, Connotea







Figura 50, Tags más frecuentes del servicio de marcadores de la biblioteca de la Universidad de Pennsylvania, <http://tags.library.upenn.edu/>

## 4.2. Comentarios

Uno de los factores de éxito de los servicios denominados 2.0 es la interacción de los usuarios entre sí, y qué mejor forma que compartir las opiniones y tener la posibilidad de votar lo que más gusta (la mejor noticia, el mejor video, etc.).

Opinar es una de las acciones que más atraen a las personas, y poder hacerlo de forma anónima (si se desea) en un espacio público donde se va a ser oído por mucha gente es todavía más atractivo. Los foros han cumplido esta misión durante mucho tiempo antes de que el 2.0 entrara a formar parte de nuestro vocabulario internauta. Un ejemplo de ello son los foros de discusión que hay sobre cualquier tema imaginable, bien a través de listas gestionadas por correo electrónico, bien en páginas Web como Ciao, un sitio Web orientado a las compras, o muchas otras.



Figura 51, Ciao

Amazon vio enseguida la importancia de que los lectores opinaran sobre los libros que habían leído y sirvieran de orientación a otros posibles clientes. Las bibliotecas poco a poco van incorporando esta opción en sus catálogos, pero por el momento es algo muy novedoso.

### Customer Reviews



Figura 52, Votaciones y comentarios en Amazon

### 4.3. Votos

El otro aspecto que queremos mencionar es la posibilidad de votar. Digg es uno de los sitios Web más conocidos donde votar noticias publicadas. Su hermano en español es Menéame. La idea de estos sitios Web es que los usuarios referencien noticias que les hayan parecido interesantes y los demás usuarios voten por las más significativas. De esta forma se va creando un ranking de noticias más votadas ("meneadas"), y los usuarios que suben esas noticias (tomadas de otras fuentes) van aumentando su categoría (su "karma").



Figura 53, Menéame

Con la misma filosofía de funcionamiento pero limitado al campo de la Documentación y en castellano existe Documenea.



### Seminario DuocUC y Biblioteca del Congreso Nacional

[seminario2008.wordpress.com/2008/07/31/ponencias-seminario-d...](http://seminario2008.wordpress.com/2008/07/31/ponencias-seminario-d...)  
enviado por curlymarques el 07-08-2008 11:52

2º Seminario: Educación, Información Digital y Ciudadanía realizado en el Auditorium de DuocUC el día 30 de Julio de 2008.

etiquetas: [bibliotecadigital](#), [educación](#), [ciudadanía](#)  
[sin comentarios](#) | categoría: [Bibliotecas](#) | karma: 17



### Seminario: "Educación, Información Digital y Ciudadanía mirando al 2010"

[www.bcn.cl/noticias/bcn-duoc-seminario](http://www.bcn.cl/noticias/bcn-duoc-seminario)  
enviado por silvarriaga.chile el 07-08-2008 11:51

doc  
de i



Figura 54, Documenea

## Actividad

Votar al menos 2 noticias publicadas en Documenea (no es necesario registrarse en el sistema).



## Desafío

1. Registrarse en Documenta
2. Comentar alguna noticia de las que hay
3. Añadir una nueva noticia y describirla.



El voto como forma de ranking es una forma muy asentada en nuestra sociedad. La política, las decisiones, se toman a menudo por consulta y gana quien obtiene mayor apoyo. Los investigadores miden el nivel de calidad de sus publicaciones por el número de citas recibidas por la revista en la que publican, y de esta forma deciden a su vez en qué revistas publicar. Las revistas que reciben más citas son más prestigiosas. Para los buscadores también la cita (que es una forma de voto indirecta) es uno de los principales criterios de ordenación de los resultados obtenidos tras una consulta: las páginas Web que más links reciben desde otras páginas son más populares, y eso les hace conseguir una mejor posición en el listado de resultados. Cuando las páginas Web las creaban exclusivamente los Webmasters profesionales, estos "votos" o links venían de su decisión. Con la aparición del UGC (contenidos generados por los usuarios) los autores somos muchos más y los links a páginas de multiplican, haciendo de la **popularidad** un criterio todavía más democrático.

Algunos buscadores han decidido que este voto no venga sólo marcado por los links, sino que la votación sea realmente una votación. Es el caso de Kratia que permite a los usuarios votar los resultados obtenidos con la intención de que aquellos mejor valorados obtengan mejores posiciones en el ranking de resultados. Kratia toma los resultados de Live (de Microsoft) y les asigna un sistema de votación por el que los resultados se sitúan en mejores posiciones cuantos más votos reciben. Además permite escribir comentarios sobre cada resultado.

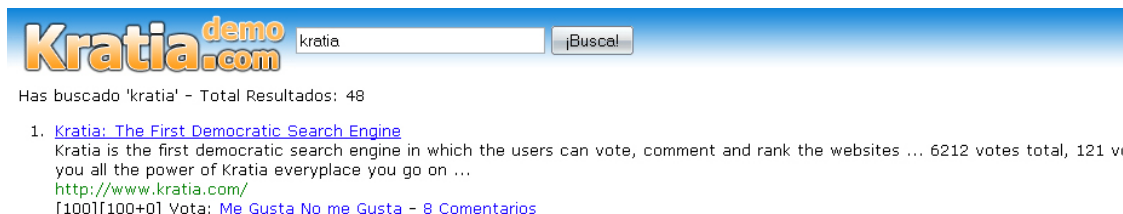


Figura 55, Kratia



## Actividad

1. Buscar en Kratia páginas Web sobre un tema de su interés y votar el resultado que considere más relevante de entre los aparecidos en la primera página de resultados.
2. Opcionalmente, comentarlo.

Aunque todavía no podemos probarlo, Google tiene ya en fase de testeo (julio de ) un sistema de votación y comentarios de los resultados que se obtienen tras una búsqueda. Este video publicado en TechCrunch muestra cómo funcionará:

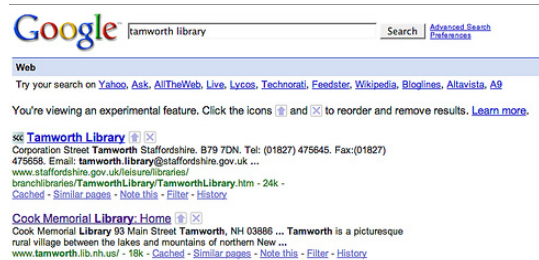


Figura 56, Sistema de votación y comentarios de Google (en prueba).

Nótese la flecha y cruz al costado del resultado de búsqueda.

## 4.4. Recomendación social

Otra gran aportación de Amazon ha sido el sistema de recomendación social, es decir, a partir de un ítem (un libro, un disco, etc.) seleccionado, el sistema recomienda otros artículos al usuario presentándole otros productos que vieron o que compraron el artículo que tiene ante él. Las bibliotecas pueden utilizar la recomendación automática consultando la base de datos de préstamos y ofrecer a los usuarios otros libros que se llevaron prestados las personas que tuvieron prestado el que el usuario tiene delante. Parece un trabalenguas, pero es una idea muy sencilla y útil.

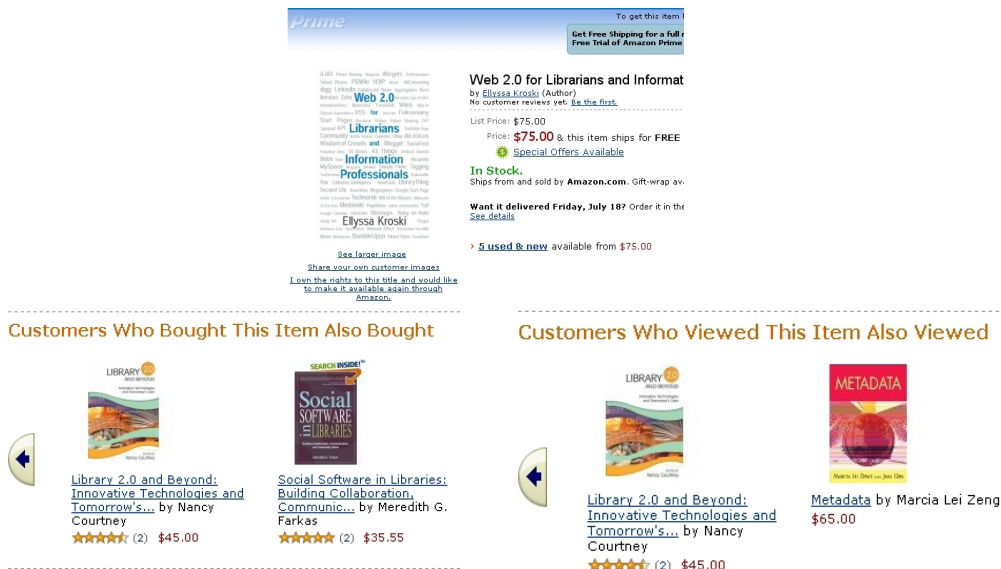


Figura 57, Recomendación de Amazon a partir de la información de compras de sus clientes

### Actividad

1. Buscar en Amazon libros sobre "Library 2.0"
2. Revisar qué otros libros podrían interesar sobre el mismo tema a partir de las recomendaciones de Amazon.







## 5. TAGS Y FOLKSONOMÍAS

El principal cambio que supone la Web 2.0 con respecto a la Web que podríamos denominar 1.0 es que la comunicación ya no sólo se produce de unos pocos (los autores) a muchos (los lectores), sino que cualquier persona con unas habilidades mínimas para utilizar el computador e Internet puede convertirse en autor y publicar (user generated content). Pero no sólo eso, también se ha producido un cambio en la forma de describir, navegar y recuperar los contenidos, porque en la Web 2.0 los autores deciden qué descriptores describen sus fotografías, sus videos o sus enlaces favoritos. Este trabajo es una novedad en la Web, porque antes de que existieran los servicios 2.0 los autores no describían con palabras clave sus contenidos, y quienes tradicionalmente se han encargado de hacer el trabajo de descripción (bibliotecarios y documentalistas) evidentemente no podían hacerlo.

Con la Web 2.0 el usuario final toma relevancia en varios planos: crea documentos, los publica y los describe. Es autor, editor y documentalista, probablemente no haga ninguna de las tres tareas con la pulcritud que un profesional, pero tampoco está ofreciendo un producto que necesariamente tenga que serlo, quizá lo hace para él, o para él y su grupo de amigos, o por qué no, con la intención de tener eco más allá.

De las tres tareas mencionadas, nos interesa detenernos en la que resulta más novedosa, o al menos más interesante para quienes estudiamos la Documentación y concretamente la recuperación de información: la descripción de contenidos en la Web 2.0.

La manera que estos sistemas ofrecen para describir los recursos (posts en blogs, fotografías, videos y enlaces favoritos, entre otros) es la de la asignación de palabras clave, a lo que han denominado «tags», que en español significa «etiquetas». La utilidad de estas etiquetas es que hacen posible que los contenidos puedan ser recuperados por otros usuarios, pero de una forma distinta a la que se venía haciendo tradicionalmente en los sistemas de información (catálogos de bibliotecas, directorios temáticos de la Web), puesto que no existe un control del vocabulario como lo hay en los sistemas tradicionales, lo cual implica algunas ventajas y algunas desventajas.

### **5.1. Ventajas y desventajas del uso de tags**

Para empezar, una diferencia en cuanto al tipo de descripción que se hace, es que los tags no son necesariamente una clasificación o una indización. Decimos que no lo son necesariamente porque ocurre que hay etiquetas que describen el documento de una forma muy genérica, y por tanto servirían para clasificarlo en una categoría determinada, y al mismo tiempo hay etiquetas que describen alguna característica concreta, y en ese caso se trataría más bien de una indización. Un mismo documento puede estar descrito por etiquetas genéricas y específicas a la vez. En el caso concreto de los blogs, sus autores suelen recurrir a una cantidad limitada de tags, pues aparecen reflejados en forma de listado y no sería de mucha utilidad tener cientos de ellos; por eso en los blogs se tiende a utilizar términos más generales, y estamos más cerca de la clasificación que de la indización.

## LIBRARY OF CONGRESS BLOG

## Library of Congress Blog

"Light and liberty go together."

Search this blog

GO

About the Author

## CATEGORIES

- [Audiovisual](#)
- [Blogging](#)
- [Books](#)
- [Capitol Hill](#)
- [Cataloging](#)
- [Collections](#)
- [Congress](#)
- [Copyright](#)
- [Curators](#)
- [Education](#)
- [Events](#)
- [Exhibitions](#)

Dino Might! | USNWR Features Veterans History Project

## The Library of Congress and Web 2.0

Posted on: September 14th, 2007 by Matt Raymond

As [promised](#), the Library of Congress today launched an enhanced and, if I might say so, much spiffier homepage at [LOC.gov](#). Have you seen it yet? Click [here](#) to learn the full details.

Among the changes:

◆ The homepage now features a dynamic graphic at the top for navigation to some of the most popular subsites, such as [American Memory](#) and [THOMAS](#). There are enhanced content areas, including spotlights on the work of the Library, and quick links to popular topics (which were determined by some of the areas more frequently searched by users).

◆ You'll notice our widget in the lower-left still includes our [RSS feeds](#) and a link to this [blog](#), but we have now added a link to a separate [podcast page](#) and something I'm especially excited about: [email updates](#). Users will now be able to sign up to receive email alerts on a host of topics, from the general to the more specific.

◆ Finally, we have also launched the next phase of our lifelong literacy campaign in conjunction with the Ad Council. You can see three versions of a new television spot

Figura 58

Blog de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos, <http://www.loc.gov/blog/> (los tags están en la parte del pie del post)

Pero quizás la característica más propia de los tags es que no pasan por un control terminológico, de manera que un mismo autor puede utilizar en un mismo recurso o en varios recursos distintos palabras que son sinónimas, palabras en singular y en plural, palabras en varios idiomas, incluso palabras mal escritas. Podemos imaginar qué dificultades implicará un lenguaje no controlado en la recuperación posterior de la información, especialmente si un recurso lo describe una sola persona, como suele ocurrir en Flickr o en YouTube, donde lo más habitual es que sólo el autor describa la fotografía o el video. No es tanto así en el caso de los servicios de bookmarking social como Delicious.com

Como decíamos, en algunos servicios son sólo las personas que crean contenidos las que determinan las etiquetas que los describirán. Esta descripción suele tener un gran sesgo pues el autor está condicionado por su forma de ver ese contenido. De hecho, los autores de páginas Web pueden describir la página en el código fuente con las metaetiquetas «keywords» y «description», pero los buscadores no confían apenas en ellas por la posibilidad de que no respondan realmente a los contenidos del sitio Web. Esta limitación que ven los buscadores para determinar la relevancia de los sitios Web no se ha tenido en cuenta en la Web 2.0, donde se asume este sesgo, que efectivamente existe.

En el caso de la descripción de fotografías se hace muy patente la subjetividad de quien las describe, pues para su autor la fotografía hace referencia a un momento, a un lugar, a determinadas personas, sensaciones y sentimientos, que no están presentes para los que ven la foto sin su contexto, por lo que los descriptores usados por él no serán seguramente los mismos que los que usarían otras personas que fueran las autoras de la imagen, y esto redundará en dificultades para ser encontrada.

En otras ocasiones los descriptores los ponen otros usuarios, es decir, personas que ven el recurso que el autor subió (los autores también pueden taguearlo). A este fenómeno lo llamamos «**indización social**» y al conjunto de descriptores que describen el documento se le llama «**folksonomía**», que responde a algo así como «el conocimiento de los amigos». La ventaja de las folksonomías frente a la descripción realizada por los autores es que reúnen muchos puntos de vista, de manera que se rompe esa subjetividad, y al mismo tiempo proveen a los recursos de más puntos de acceso.

Esta falta de control resulta positiva porque facilita que las personas describan los documentos. Si tuviéramos que recurrir a listas de descriptores o a tesauros, seguramente dejaríamos de taguear. Precisamente la ventaja de la descripción por tags es la flexibilidad que da, pues cada persona puede usar los términos que considere que mejor describen cada recurso y tantos como quiera. Añadir descriptores nuevos no implica ni siquiera tener que revisar las descripciones realizadas anteriormente para asegurar una coherencia. Ahora bien, los tags que cada persona elige pueden no resultar muy útiles a otros usuarios (cuñado, boda\_Pedro, hotel, Nikon Coolpiz 3100, hoy) o quizá sí, depende en parte de si el usuario que taguea lo hace pensando en recuperarlas él mismo, con lo cual habrá descriptores que sólo le serán útiles a él y otros que podrán servir a otros usuarios, o si taguea con la idea de que sus amigos encuentren las fotos, o incluso pensando en que cualquier persona las encuentre (Cañada, 2006).

Al mismo tiempo, como ya decíamos, la flexibilidad en las descripciones genera un efecto negativo: resultados de búsqueda poco exhaustivos. Puesto que la búsqueda se realiza por comparación de palabras, la falta de control terminológico se traduce en pérdida de resultados relevantes, y este es el principal problema que tiene la descripción por tags para la búsqueda, en cambio no lo es tanto si se hace una recuperación por navegación, ya que al visualizarse los temas se reconocen fácilmente. Las etiquetas que se introducen en los sistemas de la Web 2.0 son al mismo tiempo enlaces que permiten recuperar todos aquellos recursos que fueron descritos con la misma etiqueta. Este sistema de recuperación, si bien asegura que los documentos obtenidos tratan sobre la materia pulsada, al mismo tiempo deja sin recuperar muchos otros que también son relevantes pero que no han utilizado esa etiqueta exactamente para describirlo.

Al margen de los inconvenientes que tienen para la recuperación de información, los tags son la única forma en que los documentos no textuales pueden ser recuperados por medio de búsquedas en la Web 2.0. Sin estos tags, las fotografías y los videos no podrían encontrarse, ni tampoco los enlaces favoritos guardados por otros usuarios.

Sí es cierto que cierto control facilitaría la tarea de búsqueda y daría resultados mejores. Delicious.com ha iniciado sutilmente una forma de homogeneizar los tags; consiste en presentar a los usuarios que van a taguear un recurso los tags que usaron otras personas y una serie de tags recomendados. Si el usuario acepta algunos de estos tags como válido para su descripción, habrá habido un cierto control terminológico, o al menos se habrá evitado el uso de sinónimos y de erratas al escribir.



## Save a new bookmark

Now add tags and notes

URL

TITLE

NOTES

TAGS

☐ Do Not Share

**Save** **Cancel**

**Tags** **People**

Sort: Alpha | Frequency

▼ Recommended

inspiration web2.0 flash WEB

▼ Popular

directory reference web internet list ajax tools

▼ All my tags

3.0 agel architecture blogs craft css drawings empresa flash fotografia girls inspiration inversiones itcrowd magazine musica panoramas party photos presentaciones psd reclamos recursos soluciones t-shirts tecnologia television templates tutorial tutoriales usabilidad vectors videos WEB web2.0 webprendedor wordpress\_themes xfile\_chile

Figura 59, Delicious.com recomienda algunos tags cuando el usuario se dispone a guardar una dirección Web en su listado de favoritos

## 5.2. Las nubes de tags

Las etiquetas se presentan junto a cada documento o recurso que describen, y además pueden visualizarse en mapas denominados «nubes de tags». Estos mapas ordenan de forma alfabética un número de determinado de etiquetas utilizadas para describir la colección (por ejemplo las 50 más usadas, las 100 más usadas, las 100 últimas que se han usado, etc.), de manera que en ese conjunto seleccionado se destacan aquellas más repetidas, utilizando una fuente de tamaño mayor. En un mapa de tags se combinan entonces varios tamaños de letra en función de la popularidad de cada etiqueta en la colección. Los problemas que plantean los tagclouds para la recuperación de información son los mismos que ya indicábamos para la recuperación por etiquetas, y vienen derivados de la falta de control terminológico que tiene el lenguaje natural: ambigüedad de las palabras y subjetividad. Además de otro problema añadido: el orden alfabético impide ver la cercanía semántica que hay entre los términos. Puede ocurrir que en un mismo mapa aparezcan en orden alfabético los tags «foto», «fotografía», «image», «photo», «photographie» y «picture», mezcladas entre otras palabras, y sin ninguna posibilidad de encontrarlas relacionadas entre sí.

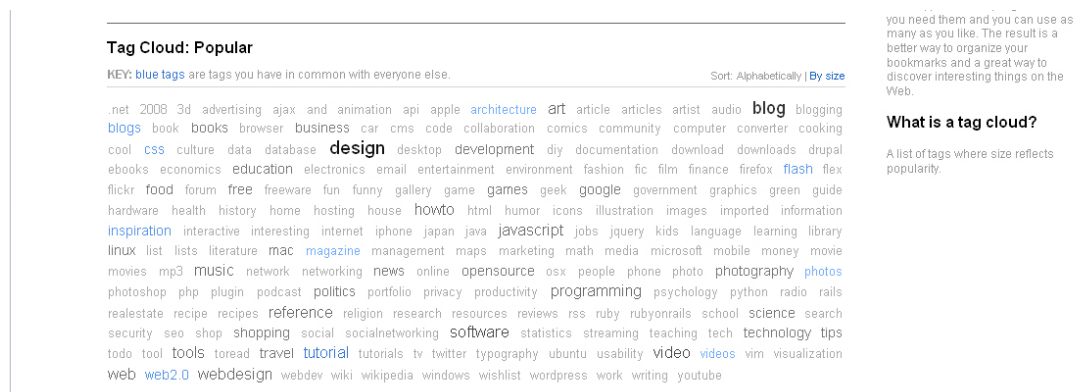


Figura 60, Nuve de tags

### Actividad

Debatir sobre la conveniencia o no de que los usuarios de la biblioteca describan los recursos del catálogo mediante tags creados por ellos mismos.







## 6. LA BLOGOSFERA

Un blog, o en español también una bitácora, es un sitio Web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El término blog proviene de las palabras Web y log ('log' en inglés = diario). El término bitácora, en referencia a los antiguos cuadernos de bitácora de los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en Internet (Blog. En: Wikipedia).

Los blogs admiten elementos multimedia (imagen fija, sonido y video), y lo más interesante: admiten comentarios de sus lectores, de forma que aúnan su misión de publicar con la participación de los lectores, constituyéndose en algunos casos en verdaderos foros.

Según datos de Technorati de julio de , diariamente se crean alrededor de 175.000 nuevos blogs y se publican un millón y medio de posts cada día. Cada segundo se actualizan 18 blogs en el mundo.

Las versiones online de los periódicos están haciendo un gran uso de los blogs. La mayoría de ellos han abierto estos espacios, gestionados por un periodista o por un grupo, y su objetivo es profundizar en ciertos temas con opiniones a menudo más personales. Podríamos decir que los blogs de los diarios cumplen en cierta manera el papel de las columnas en las versiones en papel.

Al igual que los medios de comunicación, los representantes políticos hacen un uso intensivo de los blogs; ejemplo de ello han sido las campañas políticas de los candidatos demócratas a la presidencia de los Estados Unidos durante 2007-.

Dentro de la blogosfera las bibliotecas también han encontrado su espacio para comunicarse con los usuarios. Algunas utilizan los blogs para anunciar novedades en las adquisiciones, comentar noticias, hacer recordatorios, etc. En particular, la Universitat Autònoma de Barcelona está impulsando el uso de blogs entre su comunidad, como se ve en el ejemplo.

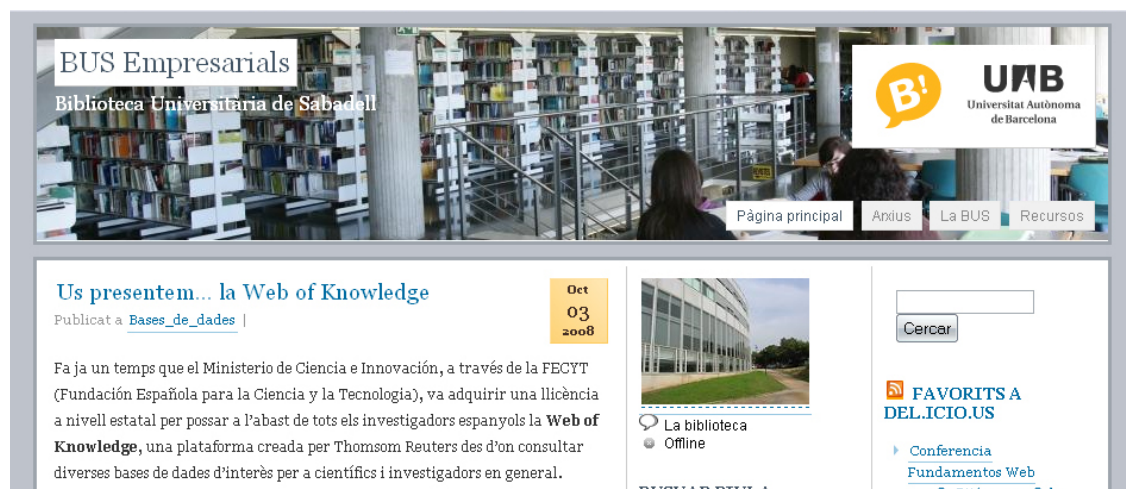


Figura 61, Blog de la biblioteca de Empresariales de la Universitat Autònoma de Barcelona, <http://blogs.uab.cat/busempresariales/>

## 6.1. Editores de blogs

En el año 2000 ya eran muchos los internautas que tenían su página personal y la iban actualizando con frecuencia, si bien el boom no llegó hasta que se extendieron los sistemas de gestión de blogs (una variante de los sistemas de gestión de contenidos o CMS) como Blogger, WordPress, La Coctelera, Blogia y muchos más. Estas herramientas ofrecen un sistema de publicación muy sencillo, sin necesidad de tener conocimientos sobre html ni ftp. Basta con entrar con la clave de usuario al sitio Web que ofrece el servicio, escribir un nuevo «post» y publicarlo, y el sistema se ocupa de poner la fecha, colocarlo en la página principal y crear un archivo de posts anteriores.



Figura 62, Blogger



Figura 63, Blog creado con Blogger

Las opciones que el autor de un blog tiene con estas herramientas son muy completas y al mismo tiempo sencillas. Desde la interfaz de administración de entradas es posible crear una nueva entrada (un post), editar una entrada anterior, suprimirla, borrar los comentarios recibidos, añadir y organizar elementos en la página, cambiar la plantilla, los colores, entre otras características.



Figura 64, Gestión de las entradas o posts en Blogger



Figura 65, Opciones de diseño en Blogger



### Actividad

1. Crear un blog con Blogger utilizando una de las plantillas que ofrece.  
Publicar al menos 1 post.
2. Escribir un comentario en el blog de un compañero.



### Desafío

Añadir al blog algunos elementos desde la opción de "Diseño":

- la nube de tags de Delicious
- las fotos de Flickr

## 6.2. Buscadores de blogs

Para facilitar la búsqueda de información publicada en blogs existen buscadores especializados en estos contenidos; los más conocidos son el citado Technorati y Google Blog Search. De todas formas, los contenidos de los blogs están indexados en los buscadores generales y hay que decir que cada vez es más común encontrar posts entre los primeros resultados de los buscadores.

The screenshot shows the Technorati website's search interface. At the top is a green header with the Technorati logo and navigation links: Join, Sign in, Help. Below the header is a horizontal menu with categories: Front Page, Business, Entertainment, Lifestyle, Politics, Sports, and Technology. The main content area is titled "Advanced Search" and includes instructions: "You can search by Keyword, Website URL, or Tag. Fill out only the fields you need and leave the rest blank. If you only want to search blog posts, try [search.technorati.com](\"http://search.technorati.com\")."

Under "Advanced Search", there are three sections:

- Keyword Search:** "Enter a word or a \"phrase in quotes\" to see all blog posts that contain your word or exact phrase." It includes a "Show posts that contain:" section with four radio button options: "ALL of the words", "the EXACT phrase", "AT LEAST ONE of the words", and "NONE of the words". Each option has a corresponding text input field. Below this is a "Search in:" section with three radio button options: "All Blogs" (selected), "Blogs about", and "This blog URL". Each option has a corresponding text input field. A "Search" button is at the bottom of this section.
- URL Search:** "Enter the URL of a website to see blogs that link to it and what they say." It includes a "Find posts that link to:" section with a text input field and a "Search" button.
- Tag Search:** "Enter a category like [sports](\"#\") or [books](\"#\") to see posts, photos, and links on that subject. Separate tags with \"OR\" to search multiple subjects." It includes a "Find posts tagged:" section with a text input field and a "Search" button.

Figura 66, Búsqueda avanzada de Technorati

<b>Buscar entradas</b>	con <b>todas</b> las palabras	<input type="text"/>	10 resultados
	con la <b>frase exacta</b>	<input type="text"/>	
	con <b>alguna</b> de las palabras	<input type="text"/>	
	<b>sin</b> las palabras	<input type="text"/>	
	Con estas palabras <b>en el título de la entrada</b>	<input type="text"/>	
<b>En blogs</b>	Con estas palabras <b>en el título del blog</b>	<input type="text"/>	
	<b>en esta URL</b>	<input type="text"/>	
<b>Por autor</b>	blogs y entradas <b>escritos por</b>	<input type="text"/>	
<b>Fechas</b>	<input checked="" type="radio"/> entradas escritas: En cualquier momento <input type="text"/> <input type="radio"/> entradas escritas entre el <input type="text"/> <input type="text"/> y el <input type="text"/> <input type="text"/>		
<b>Idioma</b>	entradas escritas en:	<input type="text"/>	
<b>SafeSearch</b>	<input type="radio"/> Sin filtro <input checked="" type="radio"/> Filtrar usando <a href="#">SafeSearch</a>		

Figura 67, Búsqueda avanzada de Google Blog Search

## Actividad

1. Buscar blogs y posts en los que aparezca citado el nombre de su institución o biblioteca
2. Marcar al menos uno de ellos utilizando el servicio Delicious y taguearlo.



## 6.3. Sindicación de contenidos

Si se quiere hacer un seguimiento de lo que se publica en los blogs, la mayoría de las plataformas que los publican ofrecen el servicio de suscripción mediante RSS. El usuario deberá contar con un "agregador", que es un software de lectura (instalado en su computador, o bien de acceso online) desde donde se suscribirá a sus blogs preferidos, y desde ahí podrá ver los posts que se han ido publicando en ellos y leer los que le interesen sin necesidad de entrar en cada uno de los blogs para comprobar qué se ha publicado. Estos lectores de RSS no sólo sirven para estar al día de lo que se publica en blogs, sino también en otras páginas Web, como las de la prensa, por ejemplo, siempre que el sitio Web en cuestión haya habilitado la opción de suscribirse a él mediante RSS.

Figura 68, Bloglines es un lector de RSS

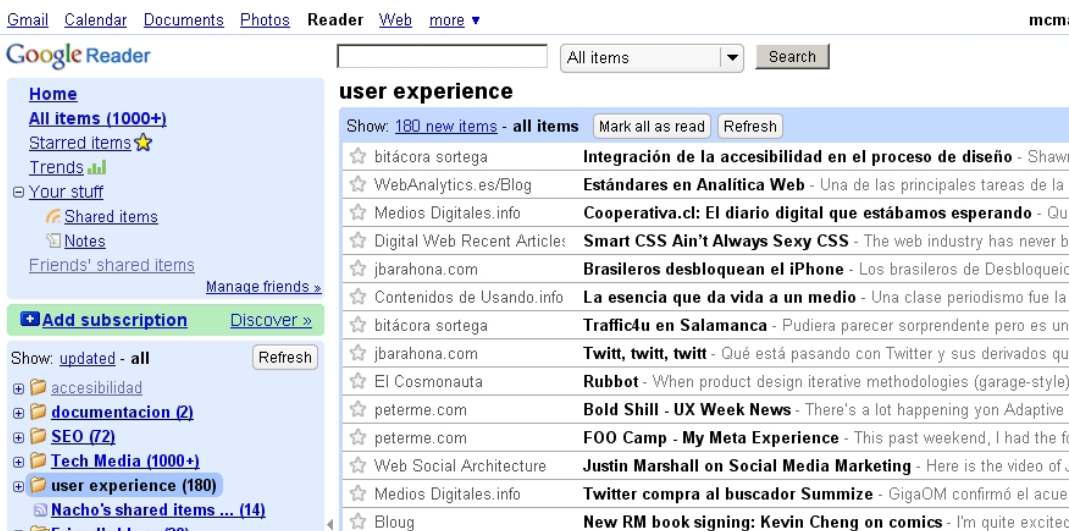


Figura 69, Google Reader es otro lector de RSS



## Actividad

1. Configurar Google Reader e incluir al menos dos carpetas de temáticas distintas con 3 blogs en cada una. Una carpeta puede ser sobre Biblioteca 2.0 y otra puede ser sobre un tema de interés personal.
2. Marcar al menos dos posts como favoritos.
3. Marcar al menos dos posts para compartir.

La integración de los servicios de Google nos permite cruzar información de unas aplicaciones a otras. Por ejemplo, podemos mostrar en nuestro blog creado con Blogger los posts que hemos marcado como "compartidos" en Google Reader.



Figura 70, Espacio del blog donde se visualizan los posts compartidos desde Google Reader



## Desafío

Añadir en el blog que se ha creado anteriormente un espacio (desde las opciones de diseño de Blogger) donde se verán cuáles son los posts compartidos de Google Reader.



### 6.4. Podcasts

Con respecto al formato de los contenidos, decíamos que además de texto pueden contener multimedia (fotologs, videologs...). Los que gozan cada vez de más popularidad son los blogs de audio o podcast, en los que el contenido es una grabación realizada por el autor. En cierta manera el podcast es a la radio lo que el blog es a la prensa.

Este video explica gráficamente qué es un podcast: "Podcasting in Plain English", <http://www.commoncraft.com/podcasting>

The screenshot shows the website of the Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN). On the left is a green sidebar with a menu containing items like 'Leyes chilenas', 'Proyectos de ley', 'Historia de la ley', 'Tratados internacionales', 'Información territorial', 'Ley de Presupuesto, Art. 23', 'Boletín Legislativo', 'Biografías parlamentarias', and social media links for 'Mi comuna en cifras 2008', 'Portal Chile Asia Pacifico', 'Entrevistas a Parlamentarios', 'Blog Vive Asia', 'Blog Legal', 'Blog Ligas Mayores', and 'Facebook Ley Chile'. The main header is blue with the BCN logo and navigation tabs for 'La BCN', 'Senado', 'Cámara de Diputados', 'Catálogo', and 'El ciudadano y la ley'. The main content area has a breadcrumb 'Portada > Ley fácil para escuchar' and a title 'Ley fácil para escuchar' with a download icon. Below the title is a text block explaining that laws can now be listened to via audio podcasts. Three podcast entries are listed: 'Accidentes del trabajo' (2341 kb, 2:30), 'Acoso sexual' (2190 kb, 2:20), and 'Asignación familiar'. Each entry has a play button icon and a 'Descargar Mp3' link.

Figura 71, Podcast de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile

## Actividad

Escuchar un post de un podcast.



### 6.5. El microblogging

Un servicio que se está haciendo un espacio relevante en la Web 2.0 es Twitter, que se autodenomina red social y microblogging. Los usuarios pueden comunicarse con sus contactos enviando un SMS desde su teléfono móvil o desde un servicio de mensajería instantánea (chat) a su cuenta en Twitter, y todos sus contactos lo recibirán en ese mismo momento, bien en sus teléfonos, bien a través de su cuenta en Twitter. La idea de este servicio es que sus usuarios estén en contacto con otros usuarios por medio del envío de mensajes breves.

Este video ilustra con claridad el funcionamiento del servicio: "Twitter in Plain English", <http://www.commoncraft.com/Twitter>

El éxito de Twitter, que en el mes de marzo de contaba con más de un millón de usuarios, de los cuales eran activos semanalmente unos doscientos mil, se debe a la rapidez con la que se publica y la inmediatez de la recepción de los mensajes. Se calcula que se publican unos 3 millones de mensajes diarios con Twitter (Fuente: <http://www.techcrunch.com//04/29/end-of-speculation-the-real-twitter-usage-numbers/>)

Los usuarios de Twitter van formando sus redes de contactos: unos siguen a otros, pero no necesariamente tiene que ser recíproco. Cualquier persona puede ser seguidora de otra, salvo que ésta no quiera y lo marque como "bloqueado", de hecho muchas empresas crean una cuenta en Twitter e intentan que muchos (miles) de potenciales clientes les sigan, pero no siempre queremos seguirles ni que nos sigan, por lo que bloquear a alguien es una práctica muy común.

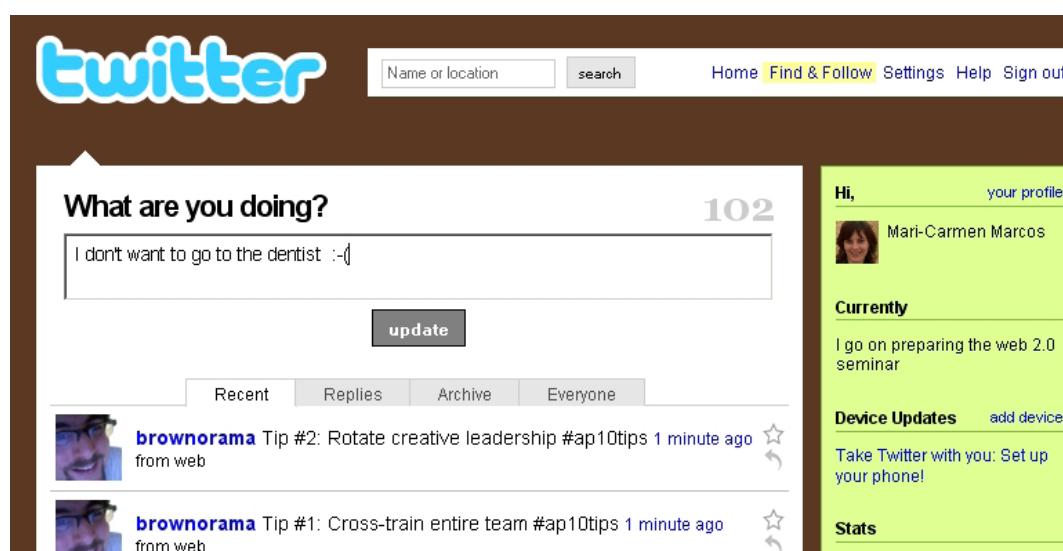


Figura 72, Twitter

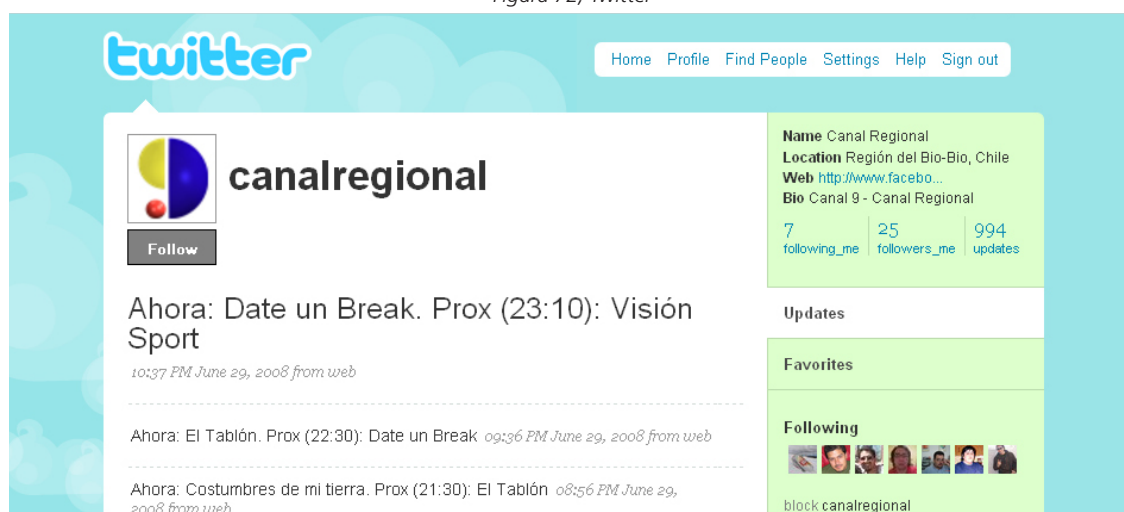


Figura 73, Canal 9 en Bio Bio en Twitter, <http://twitter.com/canalregional>

Por el momento, no son muchas las bibliotecas que están utilizando Twitter, pero podemos ver algunos casos como el de la Biblioteca de Muskiz, en España.



[Home](#)
[Profile](#)
[Find People](#)
[Settings](#)
[Help](#)
[Sign out](#)



**bibmus**

Follow

Debido a un problema informatico somos una biblioteca 100% ubuntu.

*09:58 AM September 30, 2008 from TwitterBar*

---

"La web es divertida y la uso como quiero" es la comunicación que presenta la biblioteca en el Congreso de Bibliotecas Públicas de A Coruña ... *05:26 AM September 22, 2008 from TwitterBar*

---

Urriaren 24an, ostirala, eta dena ondo ateratzen bada, Liburutegi berriaren inauguratzeari ekingo diogu *04:18 AM September 19, 2008 from TwitterBar*

---

Abuztuaren 29a arte ordutegi berezia : 9:00 / 13:00 Hasta el 29 de septiembre horario especial de 9:00 a 13:00 *07:35 AM August 14, 2008 from TwitterBar*

---

Actualizando los enlaces al servicio de referencia bibliotecaria "Pregunte las bibliotecas responden" *07:04 AM August 12, 2008 from TwitterBar*

---

Preparando las imágenes para el artículo de mi biblioteca *07:53 AM August 07, 2008 from TwitterBar*

---

Experimentando con Feedly y sus posibles aplicaciones en la biblioteca *07:40 AM August 04, 2008 from web*

---

Tenemos problemas con la página web. Nos han cambiado el dominio ORG por el COM. Esperamos solucionarlo lo antes posible *04:13 AM July 17, 2008 from TwitterBar*

---

Conversando con la biblioteca de la Universidad de León sobre rss *07:38 AM July 15, 2008 from TwitterBar*

---

Bateginik tailerra antolatu dugu Muskizen *06:08 AM July 03, 2008 from TwitterBar*

**Name** bibmus

**Web** <http://www.muskiz...>

**Bio** Muskizko Udal Liburutegia / Biblioteca municipal de Muskiz

1	38	83
following_me	followers_me	updates

**Updates**

**Favorites**

**Following**



block bibmus

Figura 74, Twitter de la biblioteca pública de Muskiz, <http://twitter.com/bibmus>

## Actividad

1. Crear una cuenta Twitter y publicar al menos dos "updates".
2. Añadir a otros compañeros para seguirlos con Twitter.





## 7. COMUNIDADES

### 7.1. Las redes sociales

Al éxito de los blogs ha seguido el de los espacios personales dentro de redes sociales, el gran boom de los dos últimos años y la evolución de nuestras listas de contactos en el correo electrónico, de nuestros contactos en los servicios de mensajería instantánea como Messenger, ICQ o Skype.

Se trata de espacios personales que nacen con la intención de formar parte de una red de contactos. Cada usuario crea su lista de contactos y comparte con ellos mensajes, fotografías, videos, enlaces a recursos, etc. Las más exitosas hoy en día son MySpace, Facebook, Hi5 y Friendster. Su principal uso viene de parte de adolescentes y jóvenes, pero esto está cambiando mucho y cada vez son más los adultos que las utilizan con fines personales y profesionales; incluso hay algunas redes de carácter profesional, como LinkedIn y Xing.

Este video ilustra muy bien qué son y cómo funcionan las redes sociales: "Social Media in Plain English"

<http://es.youtube.com/watch?v=MplOCIX1jPE>


<http://www.youtube.com/watch?v=VIJn3CsWTYs> (en castellano)

La forma de funcionamiento de las redes sociales está en cierta forma relacionada con la teoría de los seis grados de separación inspirada en las ideas de Figyes Karinthy y desarrollada en distintos experimentos, como el "small World" de por Milgram y otros seguidores. Esta teoría afirma que entre dos personas existe un máximo de otras seis que hacen que estén vinculadas.

**myspace.com** Latinoamérica.   POWERED BY Google

**THE OFFICIAL MADONNA MYSPACE PAGE**

Pop / Rock

 Estados Unidos  
Vistas de perfil: 18695411  
Última sesión: 03/10/2008

Ver mis: [Fotos](#) | [Videos](#)

Para contactar con Madonna  
**MESSAGE ME** **FORWARD**

**music**

**Give It 2 Me**  
Madonna  
01:31  
Reproduciendo

Plays tot... 20,117,009 Descargas de... 0 Plays hoy: 39,095

**Canciones de Madonna**

1. Give It 2 Me	254,338 Plays	<input type="button" value="ADD"/>
2. Bob Sinclar Space Funk Remix	1,458,280 Plays	<input type="button" value="ADD"/>
3. 4 Minutes	1,454,084 Plays	<input type="button" value="ADD"/>
4. Music	1,868,172 Plays	<input type="button" value="ADD"/>
5. Hey You	2,401,487 Plays	<input type="button" value="ADD"/>

[Madonna: su último blog](#) [[Suscríbete a este blog](#)]

['4 Minutes' To Invade MySpace](#) ([ver más](#))

[Download your copy of '4 Minutes' today!](#) ([ver más](#))

[Madonna & Live Earth - Official Press Release](#) ([ver más](#))

Figura 75, Espacio de la cantante Madonna en MySpace

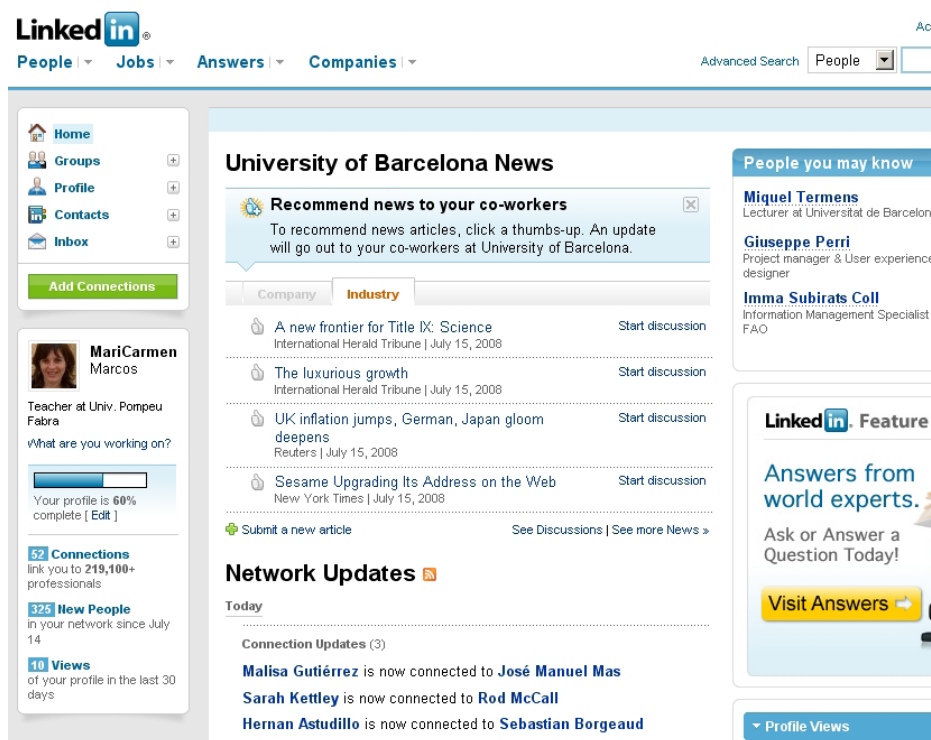


Figura 76, Página de inicio de un usuario en LinkedIn

## Facebook

Nos centraremos en Facebook, una red que se calcula que tiene 230 millones de usuarios en todo el mundo, aunque según datos de Facebook se calcula que los usuarios activos –los que lo han usado al menos una vez en el último mes- son 80 millones.

Las Últimas Noticias ha publicado recientemente (20-07-) datos sobre Facebook en Chile: en julio de Chile era el noveno país del mundo que más usuarios tenía en Facebook de forma proporcional a su población. En Chile la cifra asciende a 2.329.000 personas en esta red, algo asombroso si tenemos en cuenta que en noviembre de 2007 eran 50.000. La noticia apunta un dato interesante: se calcula que el 50% de los chilenos tiene acceso a Internet, y de éstos ya hay un 30% que utiliza Facebook.

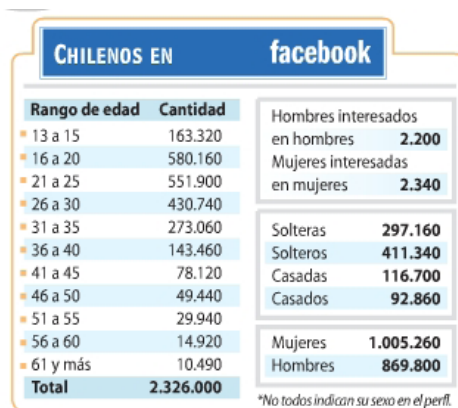


Figura 77, Fuente: Las Últimas Noticias (20-07-),

<http://www.lun.com/modulos/catalogo/Paginas/07/20/LUCSTDI03LU2007.HTM>



Facebook existe desde el año 2004; si bien durante los primeros años se trataba de una plataforma de uso exclusivo en universidades, primero en Harvard (donde estudiaba su creador, Mark Zuckerberg) y posteriormente se abrió a otras universidades hasta que ha llegado a buena parte de la comunidad internauta.

Facebook está siendo utilizado para mucho más que mantener una red de contactos. De hecho, existen cuatro categorías de registros: personas, páginas, grupos y eventos. Los usuarios individuales, las personas, nos registramos como "personas", en cambio las instituciones, empresas, organismos... lo hacen como "páginas" y tienen funcionalidades diferentes; por ejemplo, las personas podemos hacernos "fans" de "páginas", pero no de otras personas, con las que sólo podremos mantener un vínculo de "amigo".

El espacio de Facebook nos ofrece distintas funcionalidades y niveles de privacidad: podemos subir fotografías, describirlas, taggear el nombre de las personas que aparecen en ellas; compartir noticias con nuestros amigos (las noticias pueden ser páginas Web que nos interesan, videos, fotografías...); escribir mensajes a nuestros contactos a través del "muro", y a los que aún no figuran entre nuestros contactos si han puesto su perfil como "público"; utilizar aplicaciones con fines de ocio o profesionales; conversar en un chat con nuestros contactos; unirnos a grupos con intereses afines a los nuestros

Veamos algunos ejemplos de espacios creados en distintos ámbitos:

## Prensa

En Chile, el canal 9 de BioBio tiene su página en Facebook:

<http://www.Facebook.com/pages/Canal-9-Canal-Regional/13011972203>

Y un espacio específico para algunos de sus programas:

<http://www.Facebook.com/pages/El-Gallinero/16408613047>

## Educación

La Escuela de Diseño Gráfico Duoc UC (Chile) tiene presencia en Facebook como "página". En su espacio incluyen noticias, notas, foros de discusión, fotografías...



Figura 78, Grupo de alumnos del DuocUC en Facebook

## Empresas y publicidad

lipigas  Búsqueda de Perfil | Buscador de amigos

**Todos los Resultados** Personas Páginas Grupos Eventos

Mostrar resultados de Todas las redes

Mostrando resultados 1-10 de 384 resultados para: **lipigas** 1 2 3 Siguiente



Página: **Perro Lipigas**  
Tipo: Otra figura pública  
Tamaño: 194.969 fans

[Ver página](#)  
[Hazte fan](#)

Figura 79, Página creada para el personaje de la empresa Lipigas en Chile

## Bibliotecas

Las bibliotecas también han comenzado a crear páginas y perfiles en Facebook con la intención de acercarse a su comunidad de usuarios. Las bibliotecas que han generado páginas tienen “fans” y a través de esa página se pueden informar las novedades de la biblioteca, ver videos, fotos y escribir en el “muro” de la Biblioteca, además de sugerir nuevos temas.

**Biblioteca DuocUC Sede Valparaíso** ◀ Buscar más Lugares

 Find us on Facebook





Lugar: Avenida Brasil 2021  
Valparaíso, Chile  
Teléfono: 32 2268709

Lun - Vie: 8:30 - 22:30  
Sáb: 8:00 - 13:00

Hazte fan  
[Agregar a mis páginas favoritas](#)  
[Compartir](#) +

**Fans**  
6 de 19 fans [Ver todo](#)



Anny Hidalgo



Sandra Castillo V.



Felipe Americo Salinas Farfan



Marcelo Gomez



Rodrigo Figueroa Mieres



Andrianny Hidalgo

**Web Link**  
<http://bibliotecaduocvalparaíso.bl>



Figura 80, Perfil de la Biblioteca DuocUC Sede Valparaíso



Figura 90, Página del Sistema de Bibliotecas de DuocUC

## Actividad

1. Buscar en Facebook "biblioteca", "universidad", y otras instituciones que le interesen, por ejemplo algunas empresas. Identifique si las fichas que se encuentran corresponden a "persona", "página", "grupo" o "evento"
2. Crear un perfil en Facebook usando la opción "perfil" y la opción "cuenta". Si ya está creado, revisarlo, quizás sea bueno actualizarlo.
3. Añadir al menos dos compañeros como "amigos".
4. Escribir en el muro de al menos un compañero.
5. Unirse a un grupo que se creará específicamente para este taller



Facebook incluye distintas aplicaciones, creadas por su propio equipo y por otras empresas que han querido tener presencia en esta red con aplicaciones propias. Algunas de ellas son muy populares, por ejemplo la opción de "álbum de fotos", que permite crear distintos álbumes, subir fotos a ellos, describirlas y taggear a las personas que aparecen en las fotos. Las personas taggeadas reciben un mensaje de aviso para que sepan que han sido taggeadas. Si estas terceras personas no quieren que una foto aparezca vinculada a ellos, pueden borrar el tag que dice su nombre; si lo

que quieren es que la foto deje de estar en Facebook, deberán pedir a quien subió la foto que la quiten, si bien hacerlo queda en manos de su propietario y no tiene por qué hacerlo.

Para subir una foto se siguen estos pasos:

1. Crear un álbum
2. Seleccionar la carpeta del disco donde están las imágenes y pulsar "subir"
3. Describir y taggear las fotos

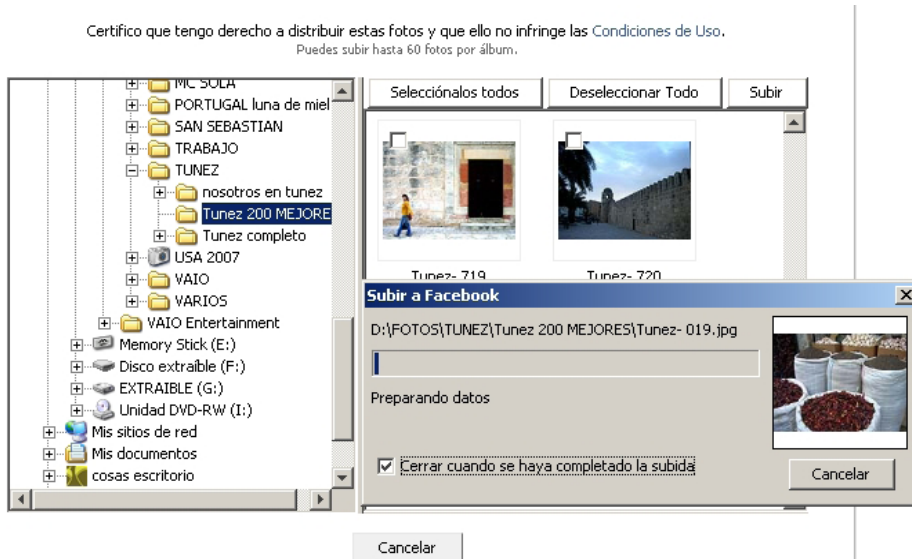


Figura 91, Subir fotografías a Facebook

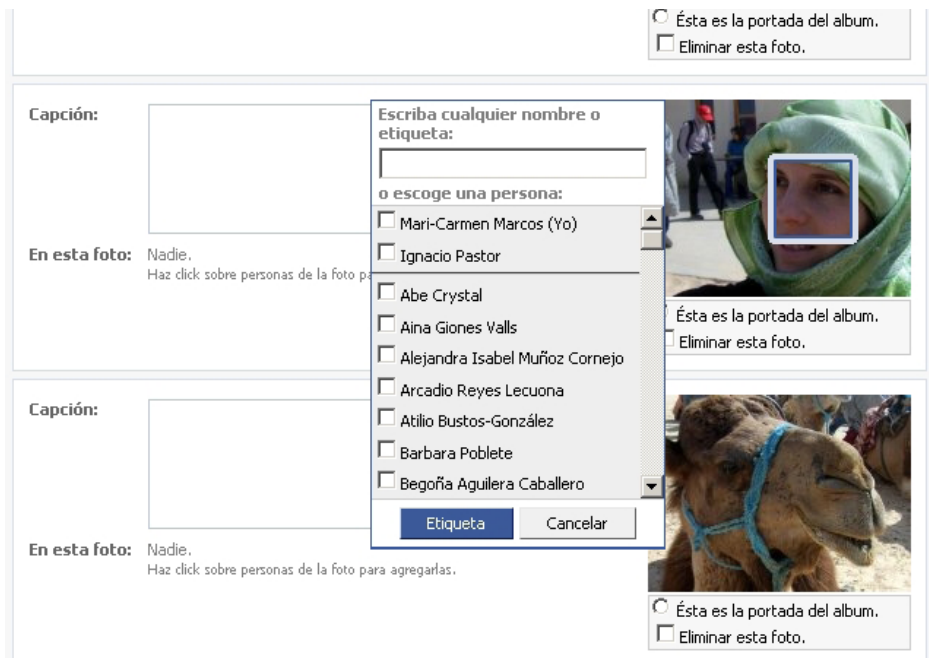


Figura 92, Describir y taggear fotografías en Facebook

Facebook permite además que muchas empresas externas creen aplicaciones compatibles con esta red social. Desde aplicaciones 2.0 hasta algunas de tipo promocional, en Facebook se pueden encontrar muchas aplicaciones como la posibilidad de disponer de Twitter dentro de nuestro espacio, o de la nube de tags de Delicious en nuestro perfil, o de la caja de búsqueda del catálogo

de algunas bibliotecas, o localizar publicaciones para citarlas con la aplicación CiteMe de OCLC, o participar en cursos online, importando tus clases a Facebook con la aplicación CourseFeed



Figura 93, CiteMe en Facebook

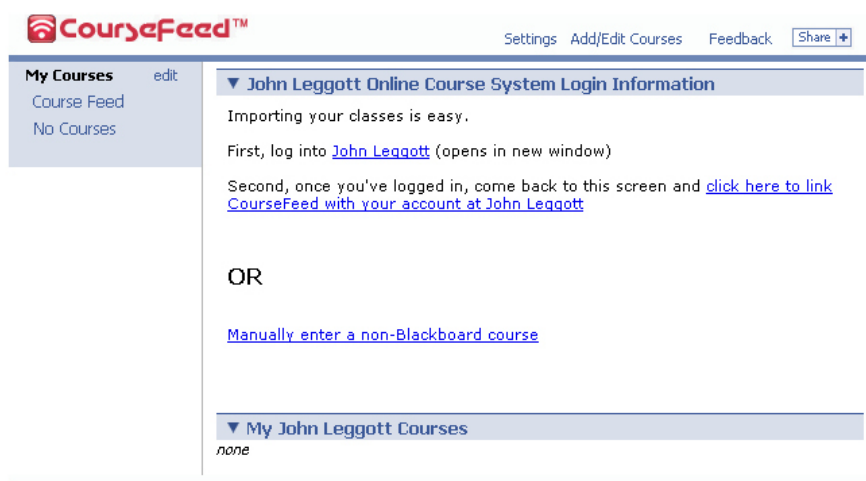


Figura 94, CourseFeed en Facebook

## Desafío

1. Crear un álbum y subir fotografías en él. Taguear las personas que aparecen. Describirlas ("caption").
2. Añadir estas aplicaciones al espacio de Facebook:
  - La nube de tags de Delicious
  - La aplicación Twitter
  - Cite-Me



## 7.2. Comunidades de preguntas y respuestas

La revolución de la Web 2.0 en los últimos años también ha llevado a crear nuevas formas de obtener información en Internet, además de los foros, los portales y los buscadores. Nos referimos a los sistemas de respuestas como Yahoo! Answers (Yahoo! Respuestas), Microsoft Live QnA o WikiAnswers. A este tipo de buscadores también se les llama «buscadores sociales» (social search engines).

### Yahoo! Respuestas

Yahoo! Respuestas establece niveles de usuarios en función de la calidad de las respuestas que dan, que a su vez han sido votadas por quienes hacían la pregunta y por otros usuarios que vieron la respuesta.



Figura 95, Yahoo! Respuestas

En estas herramientas las personas realizan sus consultas usando el lenguaje natural y otros usuarios responden con la respuesta que creen que es correcta, con un link a un sitio donde encontrar la información o con su opinión. El usuario que efectuó la pregunta puntúa las respuestas de manera que una de ellas será la «mejor» según su criterio; los demás usuarios, hayan o no intervenido aportando respuestas, también pueden valorar las respuestas dadas. De esta forma los usuarios pueden conseguir tener una buena reputación como fuentes de información.



En otro sentido, los foros de Word Reference, un sitio Web que contiene varios diccionarios de idiomas (monolingües y bilingües) son alimentados por usuarios que hacen preguntas sobre el significado de las palabras en determinados contextos, y otros que responden.

The screenshot shows two parts of the Word Reference website. On the left is the dictionary entry for 'justificante', which includes definitions in Spanish, synonyms, and conjugation. It also mentions 'Pocket Oxford Spanish Dictionary' and 'Diccionario Espasa Concise'. On the right is a forum thread titled 'Justificante de compra' by a user named 'spinteno'. The thread includes a question about the translation of 'justificante de compra' and a reply from 'Quieta, Leona' asking for context.

Figura 96, Diccionario (izquierda) y foros (derecha) de Word Reference

### 7.3. Comunidades especializadas

Además de las redes sociales, de ocio o profesionales, y de las comunidades de preguntas y respuestas, hay comunidades dirigidas a poner en contacto a personas con intereses comunes con finalidad de encontrar pareja. Match.com y Meetic.com son dos ejemplos de este tipo de redes.

Otras comunidades están enfocadas a personas que comparten determinados gustos. Un caso de gran éxito es LastFM, una plataforma social de música en la que sus usuarios pueden escuchar música online, comentarla y recomendarla. El sistema registra qué escucha cada persona y las personas de su red, y va generando recomendaciones que cada vez se ajustan más a los gustos musicales de sus usuarios.

The screenshot shows the Last.fm website interface. The top navigation bar includes links for 'Música', 'Videos', 'Radio', 'Eventos', and 'Listas'. The main content area features a profile for the band 'Los Prisioneros', including a photo, a list of songs, and a description. The right sidebar shows a 'Radio de Los Prisioneros' player and a list of recommended songs. The bottom of the page features a 'Consigue muestras gratis del Nuevo Dove Cream Oil Shower' advertisement.

Figura 97, LastFm





## 8. MUNDOS VIRTUALES

Para finalizar este apartado, y sin ser una red social en el sentido de las mencionadas, queremos recordar el papel que está cobrando SecondLife como espacio social, y el que muy posiblemente cobrará Lively, el mundo virtual recién lanzado por Google



*Figura 98, Lively, de Google*

### SecondLife

Concretamente en el caso de SecondLife, su interfaz tridimensional y su gran potencial como lugar para encuentros lo han llevado a ser el punto de mira de muchas empresas e instituciones que ya han creado su "isla" (así se denominan los espacios que cada usuario crea) y ofrecen en ella información de productos, conferencias y encuentros.



*Figura 99, La Casa de la Moneda (Chile) en SecondLife*

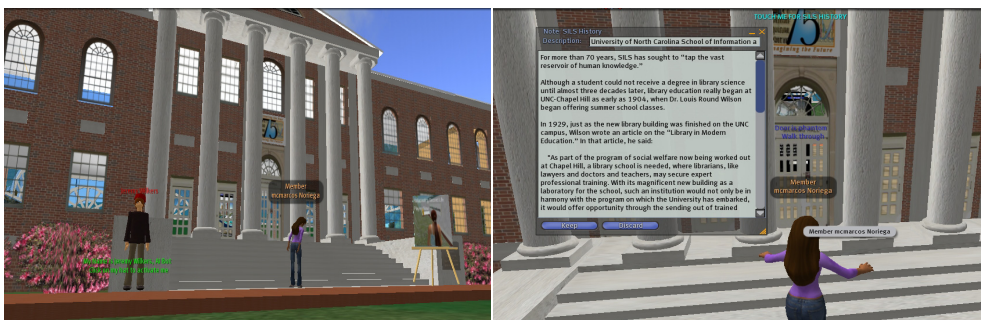


Figura 100, Facultad de Information and Library Science de la University of North Carolina at Chapel Hill (Estados Unidos), en Second Life

También hay bibliotecas con presencia en SecondLife.

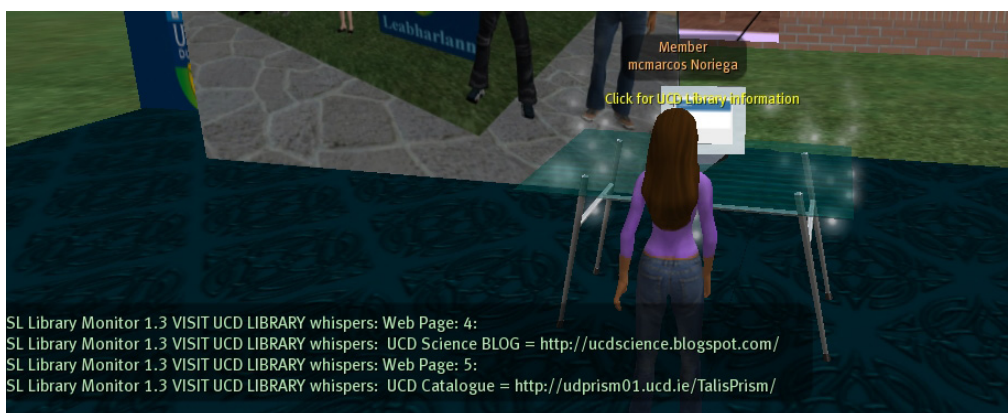


Figura 101, Biblioteca del Dublin College en SecondLife

## 9. ESCRITORIO DE TRABAJO ONLINE

La cantidad de aplicaciones online que utilizamos simultáneamente ha llevado a algunas empresas a crear espacios de trabajo personalizados en los que cada persona puede decidir qué poner en ellos. El más conocido actualmente es iGoogle, un espacio al que se accede con una cuenta de Google y en el que se pueden consultar muchas de las herramientas de esta empresa como el correo electrónico Gmail, el lector de blogs Reader, el buscador, el chat GTalk, y muchos gadgets que tanto Google como otras empresas e iniciativas particulares crean para este servicio.

Noticias, información del tiempo, diccionarios, juegos, etc. Hay miles de gadgets para iGoogle. Se puede tener integrado Twitter, varias listas de tareas, aplicaciones para escribir notas, el buscador de Wikipedia y un sinnúmero de herramientas.



Figura 102, iGoogle con algunos gadgets



Figura 103, Añadir gadgets en iGoogle

## Actividad

Configurar el espacio de trabajo de iGoogle añadiendo en él alguno de estos servicios: Google Reader, Twitter, Noticias de actualidad, Bloc de notas, Lista de tareas....



## Desafío

Buscar gadgets de servicios ofrecidos por bibliotecas. La búsqueda recomendada es "biblioteca", "library", "opac", "catálogo". Probar alguno de ellos.





## **10. EL CATÁLOGO EN LA BIBLIOTECA 2.0**

De todos los servicios online que da la biblioteca, el catálogo es el que genera la mayor parte de las visitas al sitio Web y posiblemente el que mayor inversión en tiempo y dinero ha requerido para pasar del modelo en papel al automatizado, y del local al remoto. Por ese motivo, y porque las bibliotecas deben considerar todos los avances tecnológicos que supongan una mejora en la difusión de la información, el catálogo está viendo una nueva forma de ser con el movimiento 2.0, en el que los usuarios generan un contenido y éste se comparte con los demás usuarios para enriquecer lo que ya había.

### **10.1. Los usuarios 2.0**

El OPAC 2.0 tiene la mirada puesta en muchas aplicaciones 2.0 de las que se han ido viendo a lo largo de estas páginas y trata de aprovechar el potencial de los usuarios para enriquecerlo con sus aportaciones, que pueden ser de distintos tipos:

#### **1. Participación activa de los usuarios sobre los registros bibliográficos:**

- Comentarios: los usuarios pueden escribir comentarios sobre los registros del OPAC.
- Tags: los usuarios pueden taggear cada registro, independientemente de las materias asignadas por los bibliotecarios, y entre los tags de todos se creará una folksonomía que generará más puntos de acceso a la información con puntos de vista muy distintos. Es cierto que también generará ruido; este aspecto debe ser considerado y determinar si debe haber alguna regulación sobre los tags.
- Marcadores: los usuarios pueden marcar los registros como favoritos y crear redes con otros usuarios con los que compartan intereses para poder ver los registros favoritos de los demás.

#### **2. Uso de la información de los logs de los usuarios:**

- Popularidad: los listados de resultados obtenidos tras una consulta pueden ser ordenados en función de la popularidad de cada registro teniendo en cuenta si han sido marcados como favoritos o si han sido tomados en préstamos más veces, o más veces descargados (en el caso de obras disponibles online)
- Recomendación: el sistema puede recomendar a un usuario otras obras que podrían ser de su interés a partir de la información de consulta y préstamo de otros usuarios que han mostrado interés por las mismas obras.

**3. Servicio de alerta.** El OPAC puede ofrecer la suscripción por RSS para avisar de las obras nuevas, en general o por temáticas.

#### **4. Personalización.** Cada usuario puede personalizar su forma de ver el OPAC:

- puede organizar sus marcadores de registros en carpetas;
- puede agrupar los tags que ha puesto en los registros;
- puede ver qué obras ha tenido prestadas, y los comentarios que se han hecho sobre ellas;
- puede configurar las búsquedas que le interesa realizar periódicamente;
- puede configurar la suscripción por RSS para distintas temáticas del OPAC

## 10.2. Implementación de las aplicaciones 2.0 en el catálogo

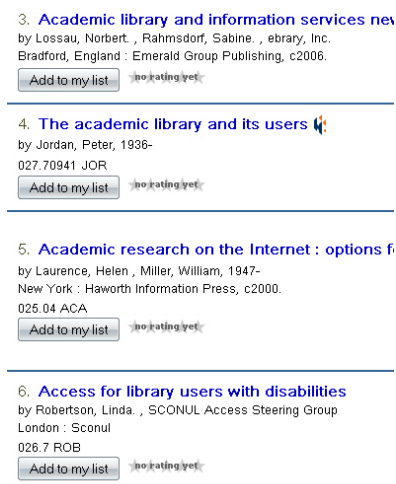
La forma de implementar estas características 2.0 en el propio catálogo son varias:

### 1. Incorporación de características 2.0 en el sistema

Algunos sistemas han desarrollado aplicaciones 2.0 para el catálogo dentro del propio sistema integrado de gestión bibliotecaria. Estas opciones incluyen la posibilidad de comentar cada registro (por ejemplo WorldCat.org), añadir tags y votar.



Figura 104, Foro de un registro del catálogo de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, con la posibilidad de marcarlo,



<http://www.cervantesvirtual.com/>

Figura 105, Opción de añadir a la lista y opción de votar en el catálogo de la biblioteca de la Universidad de Huddersfield,

<http://Webcat.hud.ac.uk>



### Buscar material en las bibliotecas de su zona:

1.2 billones de elementos

[Todo](#)
[Libros](#)
[DVDs](#)
[CDs](#)
[Artículos](#)

[Búsqueda avanzada](#)

WorldCat es la red más grande del mundo en contenido y servicios de bibliotecas [Si desea más información »](#)

### Iniciar sesión para crear listas, bibliografías y reseñas

Nombre de usuario:

Contraseña:

☐ Recuérdeme en esta computadora.

[¿Olvidó su contraseña?](#)

[Establecer una cuenta gratuita »](#)

[Actualización más reciente](#)
[Usuarios de Facebook: Intenten esta nueva aplicación de WorldCat](#)
[Inscribase si desea recibir actualizaciones por correo-e.](#)

[Blog WorldCat](#)
[Choose your own adventure](#)

[> Crear listas](#)
 Crear listas de elementos que quiere seguir o compartir con otros.

[> Construir una bibliografía](#)
 Conseguir citas en cinco estilos comunes, y exportarlas a una variedad de formatos tal como EndNote y RefWorks.

[> Descargar un complemento para el navegador gratuito](#)
 Tener los recursos bibliotecarios próximos desde su

Figura 106, Catálogo de Worldcat

Buscar materiales: 

[Búsqueda avanzada](#)

[<< Volver a los resultados de la búsqueda](#)

## Interacción en interfaces de recuperación de información : conceptos, metáforas y visualización

por [María del Carmen Marcos Mora](#)

☆☆☆☆  
(todavía no calificado)

Tipo:  Libro; Español (spa)  
 Editorial: Gijón : Ed. Trea, 2004.  
 ISBN: 8497041186 9788497041188  
 OCLC: 254308870  
 Citas: [Citar este material](#) | [Exportar a EndNote](#) | [Exportar a RefWorks](#)

<b>Obtener</b> <a href="#">Encontrar en otras bibliotecas de WorldCat</a>	<b>Guardarlo</b> <a href="#">Agregar esta página a favoritos</a> Guardar en: <input type="text" value="Nueva lista"/> <input type="button" value="Guardar"/>	<b>Agregar</b> <a href="#">Revisar este material</a> <a href="#">Etiquetar este material</a>	<b>Compartirlo</b> <a href="#">Enlace a esta página</a> <a href="#">E-mail this item</a> 
--	---	--	---

[Bibliotecas](#)
[Detalles](#)
[Reseñas](#)
[Etiquetas](#)

Ingrese información sobre la ubicación:

Ingrese el código postal, el estado, la provincia o el país

Lo sentimos, no podemos identificar la ubicación que ingresó. Vuelva a ingresar su ubicación.

**Instrucciones:**

Para encontrar este material en una biblioteca, ingrese un código postal, un estado, una provincia o un país en el campo que aparece arriba. A continuación, haga clic en el botón "Ir a".

**Ejemplos:**

Código postal: "43017" (EE.UU.) o "S7K-5X2" (Canadá)  
 Estado: "Ohio" o "OH"  
 Provincia: "Ontario" o "ON"  
 País: "Estados Unidos" o "Reino Unido"

Figura 107, Catálogo de Worldcat en el que se puede comentar cada ítem, taguearlo, darle una puntuación, marcarlo como favorito, etc.

## 2. Externalización de características 2.0 del OPAC

La mayoría de los catálogos están contruidos sobre sistemas que no admiten estas nuevas características 2.0, por lo que sus responsables deben optar entre desarrollarlas (como en el caso anterior) o externalizarlas, que consiste en recurrir a sistemas externos a la plataforma en la que se encuentra el OPAC. Estas interfaces externas servirán al usuario para realizar búsquedas e interactuar con el catálogo y sus funcionalidades 2.0. Un ejemplo de interfaz de este tipo es AquaBrowser (de los holandeses Medialab Solutions), implementado en 2000 bibliotecas en todo el mundo (más de 250 son bibliotecas universitarias) y compatible con los sistemas de gestión bibliotecaria previos. Aquabrowser incorpora búsquedas facetadas, nubes de tags, recomendación social y posibilidad de comentar los registros y votarlos.

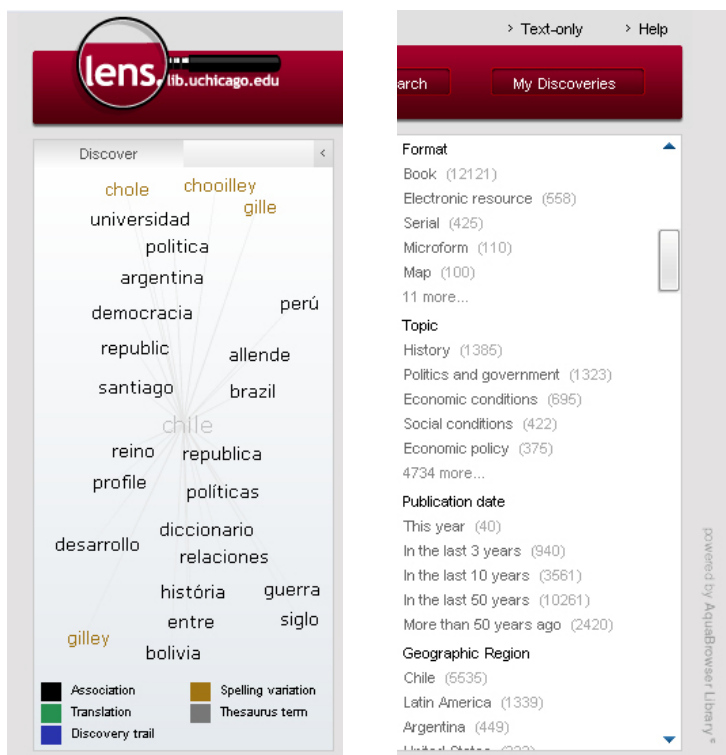


Figura 108, Aquabrowser en la biblioteca de la Universidad de Chicago, nube de tags (izquierda) y facetas (derecha), <http://uchicago.medialab.nl/>



Figura 109, AquaBrowser en la red de bibliotecas de la Fundación Universitaria San Pablo CEU en España

### Actividad

Consultar un OPAC realizado con AquaBrowser y localizar las opciones 2.0.



LibraryThing (<http://www.librarything.es>) es otro sistema que permite externalizar características sociales en catálogos de bibliotecas. En realidad tiene dos usos diferentes:

- Personal. Permite a los usuarios crear online sus propias colecciones bibliográficas importando los datos de catalogación de Amazon y de 700 bibliotecas a las que el sistema accede. Cada usuario puede crearse sus estanterías y sus listados, añadir etiquetas, comentarios y puntuaciones, incluir las cubiertas de los libros y crear grupos de discusión. En este momento (julio de ) contiene 29 millones de libros y casi medio millón de usuarios registrados.
- Para bibliotecas. Las bibliotecas pueden usarlo para crear su catálogo, como han hecho ya 55 bibliotecas, por ejemplo la biblioteca pública de Seattle o la de Andrews University o la de Danbury (que fue la primera en usarlo). En este sistema, tanto los usuarios como los bibliotecarios pueden incluir tags y comentarios, incluso se pueden ver los comentarios realizados por otros usuarios de LibraryThing (aunque no sean usuarios de esta biblioteca). La lista de bibliotecas con catálogos vinculados a LibraryThing está en: [http://www.librarything.com/wiki/index.php/LTFL:Libraries\\_using\\_LibraryThing\\_for\\_Libraries](http://www.librarything.com/wiki/index.php/LTFL:Libraries_using_LibraryThing_for_Libraries)

### Actividad

Consultar alguna de las bibliotecas que utilizan LibraryThing ([http://www.librarything.com/wiki/index.php/LTFL:Libraries\\_using\\_LibraryThing\\_for\\_Libraries](http://www.librarything.com/wiki/index.php/LTFL:Libraries_using_LibraryThing_for_Libraries)) y localizar las opciones 2.0.



### Desafío

Registrarse en LibraryThing y crear una biblioteca personal.



En otro sentido, VuFind (<http://www.vufind.org/>) permite también crear el catálogo con un módulo externo. En este caso se trata de software abierto y gratuito que funciona sobre el sistema que la biblioteca ya tenga implementado. Las funcionalidades 2.0 que presenta son las que ya hemos comentado para otros desarrollos: comentar ítems, taguearlos, marcar como favoritos... La implementación de VuFind es muy novedosa, en este momento (julio de ) sólo la Villanova University y la Biblioteca Nacional de Australia lo tienen al 100%, mientras que otras lo tienen en versión beta y 6 más están en fase de testeo (puede verse la lista de bibliotecas en: <http://vufind.org/about.php>).

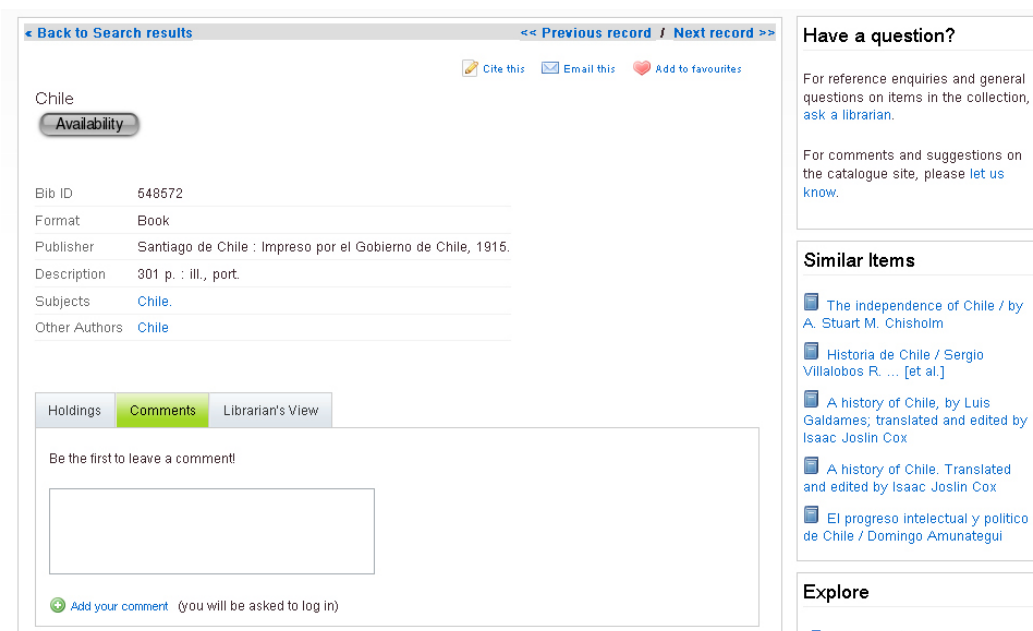


Figura 110, Catálogo de la Biblioteca Nacional de Australia, <http://catalogue.nla.gov.au/>

### 3. Creación del catálogo con software de aplicaciones 2.0

En último lugar dentro de estas opciones de desarrollo de OPACs 2.0 hay que citar, aunque todavía es algo muy reciente, la posibilidad de construir OPACs directamente con software de aplicaciones 2.0. Scriblio (llamado antes WPOPAC por ser una plataforma de Word Press), es un gestor abierto de contenidos pensado para construir OPACs sobre él. Se puede ver el resultado en el catálogo de la biblioteca de Plymouth State University (<http://library.plymouth.edu/>).



Figura 111, Scriblio en la biblioteca de Plymouth State University, <http://library.plymouth.edu/>

**Actividad**

Realizar algunas consultas en el OPAC de la biblioteca de Plymouth State University y localizar opciones 2.0.

**Actividad**

Debate sobre las posibilidades que abre la Web 2.0 en nuestra concepción actual de biblioteca:

- El bibliotecario 2.0
- El usuario 2.0





## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Lecturas sobre la Web 2.0**

Cañada, Javier (2006). "Tipologías y estilos en el etiquetado social". Terremoto, <http://www.terremoto.net/tipologias-y-estilos-en-el-etiquetado-social/>

Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. <http://www.planetaWeb2.net/>

Grossman, Ley (2006). "Time's Person of the Year: You", Time. 13 de diciembre de 2006, <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>

O'Reilly, Tim (2005). What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>, (publicado el 09/30/2005).

O'Reilly, Tim. Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software. Boletín de la Sociedad de la Información: Tecnología a Innovación, <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146> (publicado el 23/02/2006)

Web 2.0. Wikipedia

[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)

### **Lecturas sobre la biblioteca 2.0**

Juárez Urquijo, Fernando (2006). "La biblioteca pública, un usuario más de la Web 2.0". III Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas, Murcia. <http://www.muskiz.com/b2/Doc/web%2020%20y%20bibliotecas.pdf>

Margaix, Dídac (2007). "El OPAC Social, el catálogo en la Biblioteca 2.0. Aplicación y posibilidades en las bibliotecas universitarias". 10as Jornadas Españolas de Documentación : Fesabid 2007. Santiago de Compostela: Fesabid, 2007. p: 199-205  
<http://dospuntocero.dmaweb.info/wp-content/uploads/2007/05/final-opac-social.pdf>

Margaix, Dídac (2007). "Conceptos de Web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones, y retos para las bibliotecas actuales. En: El profesional de la información 16(2) : p 95- 106  
<http://eprints.rclis.org/archive/00009785/01/kx5j65q110j51203.pdf>

### **Blogs sobre biblioteca 2.0**

Blog de Michael Casey: LibraryCrunch (<http://www.librarycrunch.com/>)

Blog de Michael Stephens, Tame the Web (<http://tametheweb.com/>)

Blog de la ALA, TechSource (<http://www.techsource.ala.org/>)

Blog de Jenny Levine, The Shifted Librarian (<http://theshiftedlibrarian.com/>)

Gráfico de David Lee King de la biblioteca tradicional a la 2.0

Mapa conceptual de Bonaria Bianca (<http://www.flickr.com/photos/bonaria/113222147>)

Decálogo para el bibliotecario de Laura Cohen en su blog Library 2.0. An academic's perspective (<http://liblogs.albany.edu/library20/>)



## **Entrevistas y conferencias sobre la Web 2.0**

Canal+. Plus.es. Redes sociales. Entrevista a Enrique Dans (13-02-2008)  
<http://www.youtube.com/watch?v=vUMeBdlIfqA&feature=related>

Conferencia Planeta WEB 2.0

<http://es.youtube.com/watch?v=wljBvDFfZ9A&feature=related> (1ª parte)

<http://es.youtube.com/watch?v=VRda5I5YGMg> (2ª parte)

La Web 2.0: La revolución social de Internet

<http://es.youtube.com/watch?v=OwWbvdllHVE&feature=related>

Reportaje Redes Sociales - Estamos Conectados Canal 13 Cable

<http://www.youtube.com/watch?v=XOW8THacVEM&feature=related>

## **Tutoriales sobre la Web 2.0**

Social Media in Plain English

<http://es.youtube.com/watch?v=MplOCIX1jPE>

<http://www.youtube.com/watch?v=VIJn3CsWTYs> (en castellano)

RSS in Plain English

[http://www.commoncraft.com/rss\\_plain\\_english](http://www.commoncraft.com/rss_plain_english)

Wikis in Plain English

<http://www.commoncraft.com/video-wikis-plain-english>

Social Bookmarking in Plain English

<http://www.commoncraft.com/bookmarking-plain-english>

Twitter in Plain English

<http://www.commoncraft.com/Twitter>

Welsh, Michael, Web 2.0... The Machine is Us/ing Us

<http://es.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>

LinkedIn

<http://www.commoncraft.com/linkedin-video>

Podcasting in Plain English

<http://www.commoncraft.com/podcasting>

## **Presentaciones (ppt) sobre la biblioteca 2.0**

Arroyo, Natalia; Merlo, José Antonio. La biblioteca como usuaria de la Web 2.0

<http://www.slideshare.net/natalia.arroyo/la-biblioteca-como-usuaria-de-la-web-20>

Pattern, Dave. Introduction to Web 2.0 and library 2.0

<http://www.slideshare.net/tonywh/intro-to-library-20>

## **Wikis sobre la Web 2.0**

<http://universidad20.wikispaces.com/>

## ÍNDICE DE APLICACIONES Y SERVICIOS WEB

<b>A</b>		Match.com	79
Acrobat	21	Menéame	16, 50
Amazon	12, 50, 52, 53, 89	Microsoft Image Resizer PowerToy	33
AquaBrowser	88, 89	MySpace	13
Ares	31	<b>N</b>	
<b>B</b>		Napster	10, 31
Bitorrent	31	<b>P</b>	
BLinklist	43	Panoramio	12, 31, 32
Blogger	39, 62, 63, 64, 66, 67	Pbwiki	23
Blogia	62	Picassa	31
Bloglines	65	<b>S</b>	
<b>C</b>		Scribd	21
Ciao	49	Scriblio	90
CitUlike	47	SecondLife	81, 82
Cloudalicio.us	46, 47	SlideShare	40, 41, 95
Connotea	47, 48	<b>T</b>	
<b>D</b>		Technorati	61, 64
Delicious	12, 16, 43, 45, 47, 56, 57, 64, 65, 76	Twitter	8, 12, 16, 67, 68, 69, 76, 77, 82, 94
Digg	12, 50	<b>V</b>	
Documenea	50, 51	VuFind	89
<b>E</b>		<b>W</b>	
Emule	31	Wetpaint	23
<b>F</b>		Wikia	23, 78
Facebook	12, 16, 71, 72, 73, 75, 76, 77	WikiAnswers	78
Flickr	10, 12, 16, 31, 34, 35, 36, 37, 56, 64, 94	Wikilearning	23
Friendster	71	Wikipedia	12, 15, 19, 25, 26, 27, 61, 82, 93
<b>G</b>		Wikispaces	23, 24, 95
Gmail	19, 82	WordPress	62
Google Blog Search	64, 65	<b>X</b>	
Google Calendar	29	Xing	71
Google Docs	19, 20, 21	XnView	33, 34
Google Groups	19, 22	<b>Y</b>	
Google Reader	66, 67, 83	Yahoo! Groups	22
GTalk	82	Yahoo! Grupos	19
<b>H</b>		Yahoo! Respuestas	12
Hi5	71	YouTube	12, 15, 16, 37, 38, 39, 40, 41, 56, 71
<b>I</b>		<b>Z</b>	
iGoogle	82, 83	Zoho	19
<b>K</b>			
Kazaa	31		
Kratia	51, 52		
<b>L</b>			
La Coctelera	62		
LastFM	79		
LibraryThing	89		
Limewire	31		
Linkedin	71, 72, 94		
Lively	81		
<b>M</b>			
Ma.gnolia	43		









**40 años**



**Duoc UC**  
COMPROMISO CON LA CALIDAD